

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman yang terus berlangsung membawa perubahan signifikan dalam strategi promosi pemasaran. Di era globalisasi yang kita alami saat ini, perubahan tersebut semakin terasa, terutama dalam perkembangan teknologi komputer, khususnya di bidang multimedia. Terobosan baru dalam dunia multimedia terus bermunculan karena tuntutan akan informasi yang semakin meluas di kalangan masyarakat, yang pada gilirannya mendorong inovasi dalam bidang ini. Banyak institusi, lembaga, bahkan sampai sekolah telah mengadopsi teknologi sebagai media utama dalam menyebarkan informasi dan mempromosikan produk atau layanan mereka. Hal ini mencerminkan bagaimana perubahan zaman dan kemajuan teknologi telah mengubah cara promosi dan pemasaran dilakukan, dengan memanfaatkan multimedia sebagai alat yang semakin penting dalam mencapai target audiens dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang (Ismatulloh *et al.*, 2023).

Multimedia adalah sebuah konsep yang menggabungkan berbagai bentuk media seperti teks, gambar, audio, video, dan grafik dalam satu wadah komunikasi. Penggunaan multimedia telah menjadi sangat umum dalam berbagai aspek kehidupan kita, termasuk dalam sektor pendidikan. Multimedia memungkinkan informasi disampaikan dengan cara yang lebih kaya, interaktif, dan menarik, membantu dalam pemahaman dan retensi informasi (Utomo, 2020).

Video promosi adalah salah satu bentuk multimedia yang sangat efektif untuk pemasaran sekolah. Dalam konteks ini, video promosi berperan penting dalam membantu sekolah memperkenalkan fasilitas, kurikulum, budaya sekolah, serta prestasi siswa kepada calon siswa dan orangtua mereka. Video ini memberikan gambaran visual yang kuat dan emosional tentang kehidupan di sekolah, yang bisa membantu dalam menarik minat calon siswa dan membangun citra positif bagi sekolah. Dengan demikian, video promosi sebagai bentuk multimedia merupakan alat yang sangat berharga dalam upaya pemasaran sekolah.

MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara adalah salah satu pendidikan menengah yang masuk dalam instansi pendidikan di No. yang sudah menerapkan kurikulum merdeka. Sekolah ini berlokasi di kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara Jawa Tengah. Dalam melakukan promosi sebagai salah satu media sarana penunjang promosi serta informasi pada MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara masih menggunakan media tradisional dalam bentuk spanduk dan mulut ke mulut, dengan begitu promosi tersebut dikatakan belum efisien yang mengakibatkan jumlah siswa baru di MA Wahid Hasyim mengalami penurunan setiap tahunnya, hal tersebut wajar dikarenakan dengan media promosi tradisional tersebut hanya dapat mencakup skala kecil di area sekitar saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Achmad Shokhib, S.Si, yang menjabat sebagai kepala sekolah di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara, terdapat 17 pengajar dan 3 tenaga umum, hal tersebut dibuktikan dengan data tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1 .1. Data Pengajar di MA Wahid Hasyim

No.	Keterangan	Jumlah
Pendidik		
1	Guru PNS Diperbantukan Tetap	1
2	Guru Tetap Yayasan	12
3	Guru Honorer	-
4	Guru Tidak Tetap	4
Tenaga Kependidikan		
1	Tata Usaha	2
2	Petugas Sanitasi	1
3	Petugas Keamanan/Satpam	-

(Sumber MA Wahid Hasyim)

Selain itu penulis juga mendapatkan data sarana prasarana yang menjadi penunjang di MA Wahid Hasyim, terdapat sarana prasana pada tabel 1.2 sebagai berikut.

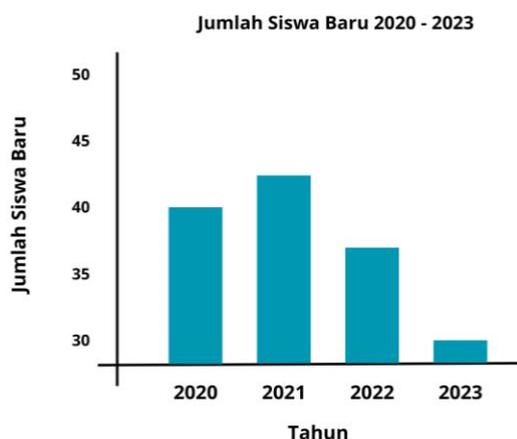
Tabel 1 .2. Sarana Prasarana

No.	Jenis Prasarana	Total Ruang
1	Kelas	6
2	R. Lab Komputer	1
3	R. Pimpinan	1
4	R. Guru	1
5	R. Tata Usaha	2
6	R. Konseling	1
7	R. UKS	1
8	Jamban	6
9	Gudang	1
10	Tempat Olahraga	1
11	R. Lainnya	2

(Sumber MA Wahid Hasyim)

Bapak Achmad Shokhib, S.Si mengatakan bahwa metode promosi yang saat ini digunakan dalam bentuk pemasangan spanduk di sekitar wilayah sekolah belum dianggap cukup efektif dalam menarik minat calon siswa dan siswi untuk bergabung di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara. Hal ini dibuktikan dengan

grafik data penurunan siswa baru di MA Wahid Hasyim setiap tahunnya pada gambar 1.1 sebagai berikut



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Siswa

Melihat grafik yang ditampilkan pada gambar 1 di atas terdapat 40 siswa ditahun 2020, sementara di tahun 2021 terdapat kenaikan dengan 42 siswa, sementara di tahun 2022 kembali terjadi penurunan dengan angka 38 siswa, dan pada tahun 2023 merupakan tahun yang mengalami penurunan signifikan sejumlah 30 siswa. Dalam pandangan beliau, metode promosi dalam bentuk spanduk perlu diperbarui dan ditingkatkan dengan menambahkan metode promosi baru dalam bentuk *digital* untuk lebih menarik perhatian calon siswa serta orang tua mereka. Bapak Achmad Shokhib, S.Si menggaris bawahi pentingnya menjaga daya tarik sekolah dan metode promosi yang inovatif, mengingat persaingan antar-sekolah semakin ketat. Selain itu Bapak Achmad Shokhib, S.Si mengatakan di kabupaten jepara banyak sekali sekolah swasta baru yang sudah berdiri maupun sedang dalam wacana pembangunan. Sebagai kepala sekolah, beliau memiliki kesadaran akan

pentingnya metode promosi yang lebih efektif untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan sekolah MA Wahid Hasyim.

Video animasi *motion graphic* memiliki peran yang krusial dalam upaya promosi di sekolah dasar. Dengan elemen visual yang menarik dan kreatif, video animasi dapat mengkomunikasikan informasi tentang keunggulan sekolah, program pendidikan fasilitas, serta kegiatan ekstrakurikuler dengan cara yang lebih menarik dan memikat bagi calon siswa dan orang tua. Penulis menemukan keunggulan yang mungkin tidak terdapat disekolah lain yang ditunjukkan pada tabel 1.3 Berikut.

Tabel 1. 3. Keunggulan MA Wahid Hasyim

No.	Keunggulan	Deskripsi
1	Kurikulum Berkualitas	Menyelenggarakan kurikulum yang sesuai dengan standar nasional dan internasional, mengintegrasikan pembelajaran inovatif.
2	Fasilitas <i>Modern</i>	Memiliki fasilitas pendidikan terkini, seperti laboratorium, perpustakaan <i>digital</i> , dan ruang kreativitas.
3	Guru Berkualifikasi Tinggi	Didukung oleh tim pengajar yang berpengalaman dan berkualifikasi tinggi dalam bidangnya.
4	Program Ekstrakurikuler Beragam	Menyediakan beragam kegiatan ekstrakurikuler untuk pengembangan bakat dan minat siswa.
5	Teknologi Pendidikan	Mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran untuk memperkaya pengalaman belajar siswa.
6	Pendampingan Khusus	Menyelenggarakan kelas tambahan khusus untuk siswa yang belum bisa membaca Al- Quran
7	Pelatihan <i>Public Speaking</i>	Setiap siswa MA Wahid Hasyim dibekali <i>Public Speaking</i> melalui khotbah dan ceramah

Dengan adanya aspek-aspek pendukung diatas nantinya video ini memungkinkan sekolah untuk menciptakan narasi yang mudah dipahami dan menggugah minat dengan memvisualisasikan pesan-pesan penting dalam cara yang menghibur dan edukatif. Selain itu, video juga memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas melalui media sosial dan *platform online*, memperluas dampak promosi sekolah dasar. Dengan demikian, video animasi *motion graphic*.

Menjadi alat yang efektif dalam mengkomunikasikan citra positif sekolah dan mendorong pertumbuhan jumlah siswa baru serta partisipasi orang tua dalam pendidikan anak-anak (Hanindito, 2022).

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, penulis akan merancang sebuah media promosi berbasis motion graphic khusus untuk MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara. Rencana perancangan ini akan mengandalkan perangkat lunak Adobe Illustrator dan Adobe After Effects. Video ini nantinya juga akan menampilkan foto kegiatan unggulan di MA, seperti pelatihan public speaking, jurnalistik, dan pelatihan pembacaan baca tulis al-Quran, yang tidak semua sekolah sediakan. Tujuannya adalah menciptakan video promosi yang menarik, memperkenalkan potensi dan keunggulan MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara, serta menginspirasi calon siswa baru. Diharapkan bahwa video promosi ini dapat berperan penting dalam meningkatkan jumlah calon siswa baru yang tertarik untuk mendaftar ke MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara. Video ini akan dipublikasikan di media sosial seperti Instagram (@mawahidhasyimbangsri), Facebook (Mawahas Bangsri), dan Youtube (Mawahas Bangsri), dan pada akhirnya, membantu dalam pertumbuhan dan perkembangan sekolah.

## **1.2.. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang video promosi berbasis *motion graphic* untuk MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara ?

2. Bagaimana hasil evaluasi dari video promosi berbasis *motion graphic* di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara ?

### **1.3. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis membatasi masalah untuk menghindari atau memperluas permasalahan, antara lain :

1. Perancangan ini akan menghasilkan luaran berbentuk video promosi berbasis *motion graphic* di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara.
2. Perancangan ini nantinya akan menampilkan gambaran umum MA (lokasi serta bentuk gedung) dibagian awal, selanjutnya menampilkan akan visi dan misi MA, fasilitas, penghargaan yang dicapai, serta beberapa kegiatan yang dilakukan di MA. Dibagian akhir nantinya akan menampilkan informasi gelombang pendaftaran di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara.
3. Perancangan video ini bersifat media promosi melalui video *motion graphic*.
4. Perancangan video ini akan berdurasi  $\pm 5$  menit.
5. Perancangan video ini nantinya akan diunggah ke akun media sosial sekolah, termasuk Instagram (@mawahidhasymbangsri), Facebook (Mawahas Bangsri), dan Youtube (Mawahas Bangsri).

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini, memiliki tujuan antara lain :

1. Membuat video *motion graphic* dengan tujuan menjadi sebuah media informasi dan promosi di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara.

2. Dapat meningkatkan pendaftaran calon siswa baru di MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara.
3. Memperkuat citra sekolah MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara, melalui tehnik *digital*.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini memiliki manfaat antara lain :

1. Bagi MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara , akan mempunyai sebuah *asset digital* yang dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk dapat meningkatkan jumlah siswa baru.
2. Bagi Peneliti, dengan adanya penelitian ini penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat ketika masa perkuliahan, serta penulis dapat membangun relasi dengan instansi terkait.
3. Bagi STMIK Amikom Surakarta, dengan adanya penelitian ini mendapatkan sebuah bahan pembelajaran dengan pembahasan media promosi di sekolah, serta dengan adanya penelitian ini terbangunnya relasi baru antara STMIK Amikom Surakarta dengan MA Wahid Hasyim Kabupaten Jepara.