BAB II PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH

II.1 Pengertian Anak

Anak merupakan fase dimana tahap perkembangan setelah keturunan ayah dan ibu atau biasa dibilang anak merupakan buah hasil keturunan dari seorang Suami dengan seorang istri, secara umum sekalipun anak itu sudah beranjak dewasa sebutan pada anak masih bisa disebutkan . Dalam UU RI no.4 tentang kesejahteraan anak , Anak adalah seseorang yang belum mencapai usia 21 tahun dan belum pernah menikah. Jhone Locke (dalam Kartini, 2007) mengemukakan bahwa anak merupakan pribadi yang bersih dan peka terhadap rangsangan-rangsangan yang terdapat di lingkungan. Sementara menurut Hukum Perkawinan Indonesia anak yang belum mencapai usia 18 tahun atau belum pernah melangsungkan perkawinan ada dalam penguasaan orangtuanya .Selama mereka tidak dicabut dalam kekuasaan-kekuasaan. kemampuan ini bersandar pada kemampuan anak, jika anak telah mencapai usia 18 tahun, namun belum mampu menghidupi dirinya sendiri maka ia termasuk kategori anak.

Sedangkan pendapat dari Augustinus (dalam Kartini, 2007) mengemukakan bahwa, anak tidaklah sama dengan orang dewasa, anak mempunyai kecenderungan untuk menyimpang dari hukum dan ketertiban yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengertian terhadap realita kehidupan. Dalam beberapa pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa anak adalah masa ketika manusia masih dalam tahap perkembangan, terikat dengan orangtua belum mampu menghidupi dirinya dan masih mempunyai keterbatasan dalam menangkap pengetahuan yang ada disekitarnya.

II.1.1 Periode Perkembangan Anak

Perkembangan ialah perubahan-perubahan psiko-fisik sebagai hasil dari proses pematangan fungsi-fungsi psikis dan fisik pada anak, ditunjang oleh faktor lingkungan dan proses belajar dalam *pasage* waktu tertentu, menuju kedewasaan (Kartini, 2007).

Charlotte Buhler (dalam Kartini, 2007) menjelaskan fase – fase perkembangan sebagai berikut:

1. **Fase pertama, 0-1 tahun:**

   Masa menghayati objek - objek diluar diri sendiri, dan saat melatih fungsi-fungsi. Terutama melatih fungsi motorik, yaitu fungsi yang berkaitan dengan gerakan-gerakan dari badan dan anggota badan

2. **Fase kedua, 2-4 tahun:**

   Masa pengenalan dunia objektif diluar diri sendiri, disertai penghayatan subjektif. Mulai ada pengenalan pada aku sendiri, dengan bantuan bahasa dan kemauan sendiri. Anak tidak mengenal dunia luar berdasarkan pengamatan objektif, melainkan memindahkan keadaan batinnya pada benda – benda di luar dirinya. Karena itu ia bercakap-cakap dengan bonekanya, bergurau dan berbincang-bincang dengan kelincinya, sepertinya kedua binatang dan benda permainan itu betul-betul memiliki sifat-sifat yang dimilikinya sendiri. Fase ini disebut pula sebagai fase bermain, dengan subjektifitas yang sangat menonjol.

3. **Fase ketiga, 5-8 tahun:**

   Masa sosialisasi anak. Pada saat anak mulai memasuki masyarakat luas, misalnya taman kanak – kanak, pergaulan dengan kawan – kawan sepermainan, anak mulai belajar mengenal dunia sekitar secara objektif, dan ia mulai belajar mengenal arti prestasi pekerjaan, dan tugas-tugas kewajiban.

4. **Fase keempat, 9-11 tahun:**

   Masa sekolah rendah. Pada periode ini anak mencapai objektivitas tertinggi. Masa penyelidik, kegiatan mencoba bereksperimen, yang distimulir oleh dorongan-dorongan meneliti dan rasa ingin tahu yang besar. Merupakan masa pemusatan dan penimbunan tenaga untuk berlatih, menjelajah dan bereksplorasi. Pada akhir fase ini anak mulai menemukan diri sendiri, yaitu secara tidak sadar mulai berfikir tentang diri.

Dalam penjelasan Charlotte Buhler (dalam Kartini, 2007)dapat di simpulkan bahwa fase yang tepat untuk anak dalam mengenal pengelolaan uang dengan benar adalah fase ketiga yaitu dimana anak sudah mulai mengenal masa

sosialisasi dengan dunia luar, serta bisa belajar bertanggung jawab dengan apa yang dilakukannya.

II.1.2 Hak dan Tanggungjawab Anak ketika Memasuki Bangku Sekolah

Setiap anak tentunya mempunyai jaminan kenyamanan dalam menjalani kehidupan yang dijalaninya, dalam kenyamanan tersebut perlu adanya hubungan yang terjalin antara anak dengan orangtua serta orang-orang yang berada disekelilingnya. Dari hubungan itulah muncul yang dinamakan hak dan tanggung jawab kepada anak-anak. Pada usia anak sudah memasuki Usia 5-8 tahun anak sudah mulai mengenal duni luar, ketika di usia itu anak sudah mulai mempunyai kewenangan atas hak yang dilakukannya serta belajar mempunyai tanggung jawab atas apa yang dilakukannya. Contohnya ketika anak baru memasuki masa Sekolah Dasar (SD) anak mempunyai hak untuk mendapatkan uang saku, kegunaan uang saku tersebut yang utama adalah untuk memberikan pendidikan pada anak tentang bagaimana bertanggung jawab dalam mengelola uang yang telah diberikan oleh orangtuanya. Disini orangtua perlu memberikan kewajibannya untuk memberikan mereka uang saku kepada anak dan memberikan bimbingan pengetahuan untuk apa kegunaan uang saku tersebut. Triatri (dalam Ahmad, 2010) menjelaskan "uang saku bukanlah untuk jajan, tapi agar anak bisa menabung dan mengelola uangnya sendiri". Maksudnya adalah uang saku tidak sama dengan uang jajan ketika anak sudah menerima uang yang diberikan orangtuanya fungsi uang saku tersebut tidak untuk membeli sesuatu yang diinginkan lalu menghabiskannya begitu saja tetapi juga anak bisa mengetahui bahwa kegunaan uang saku bisa disisihkan untuk hal yang lebih bermanfaat seperti menabung.

Jadi ketika anak mendapatkan uang saku, anak mempunyai tanggung jawab terhadap uang yang telah didapatkan sesuai besaran yang diterimanya. Penerapan hak dan tanggung jawab dalam menggunakan uang saku mengawali anak untuk mengatur keuangan dengan dan bias menyisihkan uang tersebut lalu meyimpannya untuk ditabung atau menghabiskan uang tersebut

II.2 Pengertian Uang

Dalam kehidupan sehari-hari manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupannya masing-masing,dimulai kebutuhan jasmani maupun rohani mereka. Untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya tersebut mereka menggunakan uang sebagai alat tukar. Dari latar belakang tersebut pengenalan dasar tentang uang didapatkan, uang merupakan sesuatu alat pembayaran yang dapat diterima masyarakat umum untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkan. Definisi dari uang sendiri dikemukakan oleh para ahli. R.J Thomas (dalam Alam, 2006) mengatakan *"money is something that is readily and generally by public in payment fot goods, service and other valuable asses and for payment for debts"* Artinya, uang adalah suatu benda yang dengan mudah dan umum diterima oleh masyarakat untuk pembayaran pembelian barang , jasa dan barang berharga lainnya dan untuk pembayaran hutang .

Robertson (dalam Alam,2006) mengatakan bahwa " *Money is something accept in payment for goods* " Artinya , uang adalah sesuatu yang bisa diterima dalam pembayaran untuk mendapatkan barang. Menurut Mankiw (2006) "uang adalah persedian asset yang digunakan untuk transaksi, kuantitas uang adalah jumlah asset tersebut dan dalam perekonomian sederhana jumlah ini mudah diukur tetapi tidak mudah dalam perekonomian yang lebih kompleks karena tidak ada asset tunggal yang digunakan untuk seluruh transaksi " Menurut Boediono (1985) "uang adalah uang kertas dan uang logam yang ada di tangan masyarakat. Uang tunai ini disebut dengan uang kartal atau dalam bahasa inggris disebut *currency*."

Dari pernyataan yang dikemukakan oleh para ahli , dapat disimpulkan bahwa uang alat tukar yang dapat digunakan oleh masyarakat umum untuk ditukarkan dengan barang yang diiinginkannya.

II.2.1 Fungsi Uang

Mulyani (1988) Menjelaskan bahwa Uang diartikan sebagai suatu alat atau komoditi yang memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai alat tukar atau medium of exchange, sebagai satuan hitung atau *unit of account*, alat penyimpan nilai atau

store of value dan standart pembayaran di masa mendatang yang dapat ditangguhkan atau *standard of deffered payment"*

1. Sebagai alat tukar atau *medium of exchange*

   Setelah munculnya uang, maka efisiensi dalam perekonomian semakin Tercapai, karena menghilangkan banyak waktu yang dibutuhkan untuk proses pertukaran barang dan jasa. Hal ini berbeda pada saat sistem barter yang dinilai sangat tidak efisien dan tidak efektif. Perekonomian barter hanya memungkinkan untuk transaksi yang sederhana karena untuk transaksi yang besar akan membutuhkan kemampuan memenuhi permintaan barang dan jasa yang diminta satu pihak dengan barang dan jasa yang ditawarkan pihak lain atau disebut dengan *double coincidence of wants.* Dalam perekonomian yang sederhana, transaksi dilakukan secara langsung dan membutuhkan penggunaan uang contohnya: seorang petani yang memproduksi beras, dia bisa memilih apakah akan mengkonsumsi semua hasil produksinya atau memperdagangkannya secara langsung kepada orang-orang di kota, menjual hasil pertaniannya dan menerima uang dari hasil penjualan tersebut dan dengan uang tersebut si petani bisa membeli baju atau apapun yang menjadi kebutuhannya. Berbeda dengan perekonomian modern yang kompleks, perdagangan dilakukan secara tidak langsung tetapi perekonomian kompleks tetap membutuhkan uang. Contohnya: seorang profesor ekonomi menggunakan gajinya untuk membeli buku, penerbit buku menggunakan hasil penjualan buku untuk membeli kertas, perusahaan kertas menggunakan penerimaannya dari hasil penjualan kertas untuk membayar pemotong kayu. Si pemotong kayu menggunakan pendapatannya untuk membayar uang kuliah anaknya di perguruan tinggi dan perguruan tinggi menggunakan uang kuliah untuk membayar gaji professor. Dari contoh tersebut dapat dilihat bahwa uang mampu mendorong adanya efisiensi baik dari penggunaan waktu, sehingga perekonomian dapat berjalan dengan lancar dan akan terlihat sistem pembagian kerja di masyarakat dan mendorong adanya spesialisasi.

2. Sebagai satuan hitung atau *unit of account*

Uang digunakan untuk memberikan ukuran dimana harga ditetapkan dan utang dicatat (Mankiw, 2006). Harga suatu barang relatif terhadap barang yang lainnya tetapi ditetapkan harganya apakah dalam bentuk Rupiah atau Dollar. Contohnya pemilik sepeda motor menyatakan bahwa harga satu unit sepeda motor Rp 10.000.000,- bukan dengan 100 karung beras meskipun nilainya sama. Demikian juga halnya dengan utang, dibayarkan dengan sejumlah uang di masa depan bukan dengan sejumlah beberapa komoditas tertentu.

3. Alat penyimpan nilai atau *store of value*

Uang yang diterima di masa kini sebagai bentuk dari pendapatan bisa digunakan untuk transaksi di kemudian hari. Misalnya seseorang yang berpenghasilan Rp 50.000.000,- perbulan, bisa menabung uang tersebut dan kemungkinan membelanjakannya besok atau bulan depan. Suku bunga yang tinggi yang ditawarkan oleh pasar modal dan pasar uang juga memotivasi seseorang untuk mengubah uangnya ke dalam bentuk aset lain yang memberikan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan uang contoh.

4. Standart pembayaran di masa mendatang atau standard of *deffered payment*

Sistem standart pembayaran di masa mendatang bisa dilihat dalam sistem pembayaran gaji dan kredit. Contohnya: seorang karyawan yang bekerja di bulan ini akan menerima gaji atau upah pada bulan berikutnya.

Berdasarkan fungsi uang diatas fungsi uang sebagai alat penyimpan nilai (store of value) merupakan salah satu kegiatan yang positif dan kegiatan yang mulai diterapkan kepada anak. Dengan menyimpan uang di masa kini anak bisa menggunakan uang tersebut dimasa mendatang dan anak bisa melakukan kegiatan yang positif terhadap uang dengan cara menyimpannya.

II.3 Menabung kepada Anak

Dalam kegiatan sehari-hari dalam penggunaan terhadap uang, manusia selalu punya hak dan tanggung jawab dalam melakukan kegiatan terhadap uang tersebut. Bila manusia tidak mempunyai kontrol atas hak dan tanggung jawab maka timbulah pola hidup yang konsumtif sehingga menghasilkan kegiatan hidup yang boros. Salah satu cara mengatur pola keuangan agar stabil adalah dengan melakukan kegiatan "menabung". Huki (2013) menjelaskan bahwa menabung berarti menyisihkan uang yang dimiliki untuk disimpan. Sedangkan pendapat lain mengenai menabung adalah "sebagai kegiatan rutin dapatmenjadi sumber untuk tercapainya sebuah tujuan (dana pensiun, membeli sesuatu, memberi hadiah)" (Lewis dkk dalam Muhlis, 2011). Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa menabung merupakan kegiatan menyimpan uang yang dimiliki oleh seseorang untuk tercapainya sebuah tujuan dimasa depan.

Menabung pada umumnya dilakukan oleh siapa saja dari usia muda hingga tua, pengenalan menabung pada usia muda dimulai dari ketika anak mengenal yang namanya *'celengan'*, celengen merupakan salah satu media yang menjadi bagian kegiatan menabung yang paling mudah di lingkungan rumah . Untuk kegiatan menabung di luar rumah anak telah diajarkan oleh orang tuanya tentang cara menyimpan uang di bank, kelebihan menabung dibank sendiri adalah terjaganya keamanan dalam menyimpan uang , fasilitas penarikan uang secara 24 jam hingga mendapatkan hadiah-hadiah secara langsung maupun tidak langsung dari pihak bank bila beruntung. Dari mulai kelebihan yang terdapat ketika menabungan di bank maka timbulah keuntungan yang membuat ketertarikan anak untuk bisa menabung di bank, di Indonesia sendiri banyak bank yang memiliki program tabungan untuk tabungan anak. Dengan adanya pilihan untuk memudahan anak melakukan kegiatan menabung maka anak bisa belajar melakukan kegiatan menabung melalui inisiatif sendiri.

II.2.1 Tujuan Menabung

Menurut Keynes (1936) ada 8 motif yang berbeda dalam tujuan menabung yaitu :

1. Precaution (tindakan pencegahan), berimplikasi pada menambah cadangan untuk menghadapi keadaan yang tidak terduga

2. Foresight (tinjauan masa depan), untuk mengantisipasi perbedaan antara pendapatan dengan pengeluaran belanja di masa depan (the life-cycle motive
3. Calculation (perhitungan), ingin memperoleh keuuntungan (bunga uang)
4. Improvement (perbaikan), meningkatkan standar hidup untuk waktu yang lama
5. Independence (kebebasan), menunjukkan adanya kebutuhan akan kebebasan dan memiliki kekuasaan untuk melakukan sesuatu;
6. Enterprise (usaha), adanya kebebasan untuk menanamkan uang ketika ia memungkinkan (mendukung)
7. Pride (kebanggaan), lebih tertuju pada menempatkan uang untuk ahli waris (the bequest motive)
8. Avarice (keserakahan harta) atau kekikiran yang sesungguhnya

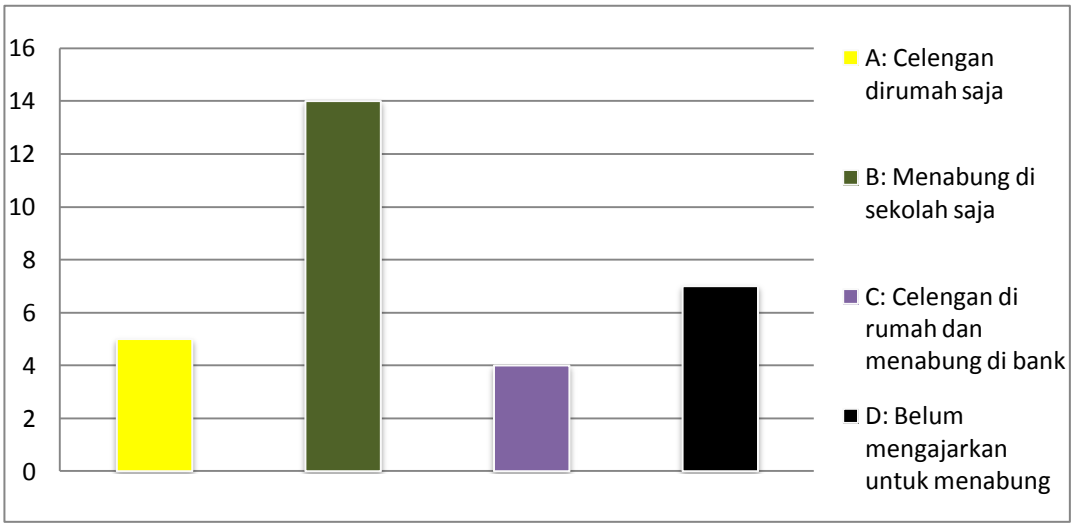
Dari motif diatas dapat disimpulkan bahwa alasan untuk melakukan kegiatan menabung adalah belajar menyimpan uang untuk sekarang dan menggunakan uang demi kebutuhan di masa depan. Terlepas dari sebagian besar dari kegiatan menabung merupakan kegiatan yang positif terdapat juga tujuan yang sifatnya negatif seperti keserakahan, memperoleh keuntungan, dan kebebasan. Untuk menghindari sifat-sifat tersebut kepada anak, haru ada bimbingan dari orangtua dan sekolah dalam menjelaskan tujuan dan hasil kegiatan menabung itu kepada anak

II.4 Peran Pendorong dalam Melakukan Kegiatan Menabung kepada Anak

II.4.1 Peranan Orangtua

Dalam bagian dari anggota keluarga terdapat orang yang berperan dalam membimbing anak untuk menjadi pribadi yang baik yaitu orangtua. Peran orangtua terhadap anak sangat penting karena orangtua memiliki tanggung jawab dalam masa perkembangan anak hingga dewasa. Orangtua juga merupakan pendidik utama kepada anak salah satunya tentang pengenalan uang kepada anak. “Jika orangtua bisa membimbing anak dengan baik, anak. akan belajar menjadi rajin dan bersemangat melakukan kegiatan-kegiatan yang produktif bagi

kemajuan diri-sendiri" (Lie, 2004). Dalam pernyataan tersebut orangtua berkewajiban mulai membiayai kebutuhan anaknya hingga anak tersebut merupakan salahsatu dari bagian tujuan membimbing anak untuk mulai hidup mandiri hingga bisa membiayai dirinya sendiri. Kewajiban orangtua bukan hanya sekedar memberikan uang kepada anak begitu saja tetapi harus memberikan pengetahuan tentang kegunaan uang tersebut salah satunya adalah dengan mengajak anak untuk mengawali kegiatan menabung. Kegiatan menabung bisa dimulai dari rumah dengan cara menyimpan uang melalui celengan, lalu ketika sudah mengawali bangku sekolah anak mulai mengawali menabung lewat tabungan yang ada disekolah melalui perantara guru. Selain itu ada juga kegiatan menabung diluar rumah dan sekolah yaitu menabung di bank, menabung dibank bisa dilakukan bila orangtua mulai mengajak anaknya agar anak tertarik untuk menabung dibank. Dalam pembahasan ini terdapat hasil penelitian kepada 30 orangtua siswa kelas 1 dan kelas 2 mengenai sebatas mana orangtua mengajarkan anak untuk menabung dan dipraktekan oleh anaknya, hasilnya sebagai berikut:



Tabel II.1 minat anak untuk menabung

Dari riset di atas yang menjadi minat paling banyak anak menabung adalah disekolah (14 orang) faktor tempat yang sering dikunjungi dan kenyamanan dalam menyimpannya menjadi alasan orangtua lebih memilih anak untuk menabung disekolah, sedangkan ada 7 orang orangtua yang belum mengajarkan anaknya untuk mempraktekan dalam kegiatan menabung dengan alasan belum cukup umur untuk melakukan kegiatan tersebut.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kurangnya keberanian terhadap orangtua dalam mengejarkan anaknya untuk memulai kegiatan menabung secara langsung karena jika dilihat dari dari kegiatan menabung di sekolah yang paling banyak dilakukan tersebut merupakan kegiatan menabung yang masih belum bisa dikatakan atas inisiatif anak itu sendiri, sehingga anak belum bisa mengawali kegiatan menabung itu sendiri.

II.4.2 Peranan Media

Ketika seseorang mempunyai masalah dalam hidup untuk menemukan solusi dalam masalah tersebut, pasti ada media yang berperan menjadi perantara dalam menyelesaikan masalah tersebut. Menurut Arsyad (2002) "media (bentuk jamak dari kata medium), merupakan kata yang berasal dari kata latin yaitu *meduis* yang secara harfiah berarti "tengah", "perantara" atau "pengantar". Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media dapat berupa suatu bahan (software) atau alat (hardware)". Adapun pengertian media menurut kamus besar Bahasa Indonesia (1) alat; (2) alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk; (3) perantara; penghubung. Jadi dapat disimpulkan bahwa media adalah alat pengantar pesan dari mulai perantara menuju pengantar.

Dalam peranan media mengajak anak untuk melakukan kegiatan menabung salah satu media yang pernah dilakukan adalah melalui media lagu dengan judul "Bang-bing-bung" ciptaan Titiek Puspa dengan lirik yang bersahabat kata-kata yang mudah ditangkap oleh anak untuk mengajak anak menabung, tetapi pada zaman sekarang lagu tersebut jarang terdengar lagi oleh anak-anak seiring sudah lamanya lagu tersebut jarang di publikasikan lagi. Didalam permasalah ini perlu ada media yang bisa menarik perhatian anak yang bersifat mudah diingat dan dipraktekan langsung oleh anak.

II.5 Iklan Tv

II.5.1 Pengertian Tv dan Iklan

Televisi (Tv) merupakan salah satu teknologi yang sering dijumpai hampir disetiap rumah penduduk di Indonesia. Baksin (2006) mendefinisikan bahwa

“Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu”. Sedangkan Menurut ensiklopedia Indonesia dalam Parwadi (2004) lebih luas lagi dinyatakan bahwa: “Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima” Sedangkan menurut Adi Badjuri (2010) “Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut”. Jadi dapat disimpulkan bahwa televisi adalah media komunikasi yang dapat ditangkap oleh manusia berupa gambar gerak dan suara. Tayangan televisi merupakan teman bagi mayoritas orang untuk mengisi waktu santai, saat berkumpul bersama keluarga atau teman, atau hanya untuk sekedar melepaskan penat dengan menonton tayangan-tayangan ringan di televisi. Di era modern ini, stasiun televisi telah bertambah jumlahnya terutama stasiun televisi swasta di Indonesia, apalagi penyedia layanan televisi kabel ada dimana-mana sehingga membuat para penonton sulit beranjak dari tayangan televisi.

Dengan banyaknya stasiun televisi di Indonesia, televisi menjadi media yang paling tepat untuk pemasaran suatu produk berupa iklan. “Iklan adalah jenis komunikasi pemasaran yang merupakan istilah umum yang mengacu kepada semua bentuk teknik komunikasi yang digunakan pemasar untuk menjangkau konsumennya dan menyampaikan pesannya “(Sandra Moriaty dkk dalam Windi, 2010). Iklan yang menarik perhatian akan membuat penonton tertarik melihatnya dan dari sinilah iklan dapat berfungsi sepenuhnya , sehingga penonton mendapatkan informasi yang jelas mengenai suatu produk yang diiklankan. Iklan televisi memiliki perbedaan tersendiri dibandingkan dengan iklan di media lain seperti majalah, sebab iklan di televisi menggabungkan percakapan, musik dan aksi. “Musik dalam iklan televisi akan membimbing penonton untuk memahami pesan, sekaligus memadukan dan menghadirkan tema. Aksi memberi pengaruh dramatis yang kuat untuk mengundang dan mempertahankan perhatian penonton.

Sedangkan percakapan dalam iklan akan membantu mengidentifikasi, menggambarkan, dan menegaskan produk" (Rizal. 2010).

Regina (dalam Rizal, 2010) menjelaskan bahwa di dalam pembuatan iklan televisi dikenal beberapa istilah yang sering digunakan seperti dalam teknik produksi film menjelaskan antara lain:

1. *Storyboard,* adalah kumpulan gambar dalam sketsa sederhana yang memuat rencana urutan kejadian yang akan direkam.
2. *Frame,* adalah unit terkecil dari film, bila dipisah akan menjadi sebuah gambar diam. Satu detik dalam film biasanya terdiri dari 24 sampai 40 frame, tergantung dari jenis kamera yang digunakan.
3. *Shot*, adalah pengambilan gambar yang dilakukan secara terus menerus dari satu sudut pandang.
4. *Scene*, adalah adegan yang dilakukan oleh pemain film secara berkelanjutan ditempat yang sama. Akhir dari adegan ini biasanya ditandai dengan perubahan lokasi dan waktu dalam pengambilan gambar film.
5. *Sequence*, adalah kumpulan beberapa dari scene.

II.5.2 Jenis Iklan

Berdasarkan tujuannya, Mutia (2011) mengklasifikasikan iklan menjadi 3 jenis dengan ciri-cirinya, yaitu:

1. Iklan Informatif (Informative Advertising)
    a. Bertujuan untuk membentuk atau menciptakan kesadaran/pengenalan dan pengetahuan tentang produk atau fitur-fitur baru dari produk yang sudah ada
    b. Menginformasikan perubahan harga dan kemasan produk.
    c. Menjelaskan cara kerja produk.
    d. Mengurangi ketakutan konsumen.
    e. Mengoreksi produk.

2. Iklan Persuasif (Persuasive Advertising)
    a. Bertujuan untuk menciptakan kesukaan, preferensi dan keyakinan sehingga konsumen mau membeli dan menggunakan barang dan jasa.
    b. Mempersuasif khalayak untuk memilih merk tertentu.
    c. Menganjurkan untuk membeli.
    d. Mengubah persepsi konsumen.Membujuk untuk membeli sekarang.
3. Iklan Reminder (Reminder Advertising)
    a. Bertujuan untuk mendorong pembelian ulang barang dan jasa.
    b. Mengingatkan bahwa suatu produk memiliki kemungkinan akan sangat dibutuhkan dalam waktu dekat.
    c. Mengingatkan pembeli dimana membeli produk tersebut.
    d. Menjaga kesadaran akan produk (consumer's state of mind).
    e. Menjalin hubungan baik dengan konsumen.

Dalam klasifikasi iklan diatas jenis Iklan Persuasif (Persuasive Advertising) merupakan opsi yang tepat untuk pembuatan media iklan tv dalam permasalahan ini, sesuai dengan tujuan untuk mengajak anak untuk melakukan kegiatan menabung dengan inisiatif sendiri.

II.5.3 Karakteristik Iklan Tv

Televisi merupakan media karakteristik yang berbeda dari media iklan yang lainnya. Emjaiz (2010) menjelaskan bahwa iklan televisi mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Pesan dari produk dapat dikomunikasikan secara total, yaitu audio, visual, dan gerak. Hal ini mampu menciptakan kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain.
2. Iklan di televisi memiliki sarana paling lengkap untuk eksekusi
3. Iklan ditayangkan secara sekelebat.

II.5.4 Kelebihan Dan Kekurangan Iklan Tv

Sebuah iklan dapan dikatakan efektif apabila pesan dapat tersampaikan dengan tepat kepada calon konsumennya. Adapun kelebihan dan kelemahan iklan televisi menurut Frank Jefkins (1997) sebagai berikut:

- Kelebihan:
  1. Kesan Realistik
  2. Repetisi / Pengulangan
  3. Adanya Pemilahan Area Siaran
  4. Terkait Erat dengan Media Lain
- Kekurangan:
  1. Jangkauan kurang selektif
  2. Durasinya singkat dan harganya mahal
  3. *Noise* / gangguan di sekitar media
  4. Pembuatan iklan televisi yang lama

Dari penjelasan kelemahan dan kelebihan iklan televisi di atas, dapat disimpulkan bahwa, meskipun televisi dikenal sebagai sarana promosi yang paling efektif, namun iklan televisi juga mempunyai beberapa kelemahan. Hal ini membuat seorang pembuat iklan televisi harus mampu membuat iklan yang mampu meminimalisir atau mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Sehingga keefektifan dari sebuah iklan televisi tidak hilang, yang mengakibatkan pesan dalam iklan dapat tersampaikan dengan tepat kepada calon konsumen.