BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, telah banyak dilakukan penerapan teknologi informasi dalam berbagai bidang. Penerapan teknologi informasi ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kerja sistem yang berjalan sebelumnya. Perkembangan teknologi informasi membutuhkan kemampuan sumber daya manusia untuk dapat menguasai dan mengikuti perkembangan dari teknologi informasi (Date et al., 2017).

Salah satu unsur multimedia yang sangat menarik untuk dikembangkan adalah *video*. Dalam *video* terdapat penggabungan visual dan audio yang membuat *video* menarik untuk ditonton sehingga *video* menjadi salah satu media yang paling diminati masyarakat. *Video* banyak dimanfaatkan untuk menjadi sarana pemasaran. Dengan *video*, para konsumen seperti dapat melihat secara langsung produk yang akan dibelinya (Hadi & Lathif, 2017).

Video promosi dapat menjadi sarana pemasaran dan sosialisasi kepada masyarakat. Terkadang perusahaan tidak menggunakan *video* promosi sebagai salah satu sarana promosi, sehingga masih banyak perusahaan yang belum memiliki *video* promosi (Cahyaningrum, 2013).

Kurangnya kesadaran ini menjadikan banyak perusahaan atau instansi menjadi kurang dikenal masyarakat dan mencari peluang bisnis hanya dengan memanfaatkan marketing perusahaan atau dengan iklan yang berupa spanduk atau

brosur yang dibagikan ke masyarakat secara manual. Walaupun saat ini *video* sudah berkembang pesat di dunia pemasaran, masih banyak perusahaan, instansi yang belum memiliki *video* promosi, salah satunya adalah GO! Massage. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 2012, serta bergerak di bidang jasa dan refleksi, namun belum memiliki *video* promosi hingga saat ini. Perusahaan ini ingin memiliki suatu *video* promosi yang dapat memukau banyak masyarakat (Kesbir, Bramantijo, & Pratama Sutanto, 2013).

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk merancang suatu *video* promosi untuk GO! Massage yang akan dapat membuat masyarakatn mengetahui dan mengenal fasilitas yang ada di GO! Massage. Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk mengambil topik dengan judul "**Perancangan dan Implementasi Video Promosi pada GO! Massage**".

1.2 Batasan Masalah

Berikut ini ruang lingkup yang akan dibahas pada kerja praktek ini:

1. *Video* promosi mengenai GO! Massage yang memuat konten fasilitas dan layanan dari GO! Massage.
2. Shooting *video* dilakukan langsung di GO! Massage, dan diedit dengan Adobe Premiere Pro CC 2018, Kamera Canon Kiss X7
3. Durasi estimasi dari *video* promosional adalah 3 menit 25 detik.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan dari kerja praktek "Perancangan dan Implementasi Video Promosi pada GO! Massage" sebagai berikut:

1. Dapat memberikan solusi terhadap masalah perusahaan GO! Massage yang membutuhkan *video* promosi.
2. Sebagai prasyarat untuk lulus di program sarjana (S-1).
3. Sebagai bentuk pembuktian kemampuan mahasiswa dalam dunia kerja.
4. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk berkontribusi terhadap GO! Massage secara nyata.

1.4 Luaran Proyek

Luaran project yang akan di buat berupa *video* promosi GO! Massage yang akan diimplementasikan di GO! Massage melalui channel Youtube, dan media compact disk.

1.5 Manfaat Proyek

Berikut ini manfaat dari kerja praktek bagi perusahaan maupun penulis:

1. Bagi GO! Massage

   Project ini dapat memberikan informasi terkait GO! Massage berupa *video* promosi yang dapat memberikan nama baik bagi GO! Massage.

2. Bagi penulis
   a. Penulis mampu memahami cara pemakaian kamera DSLR Canon Kiss X7 dalam proses pengambilan *video*.
   b. Mampu merencanakan konsep menarik pada sebuah pembuatan *video*.
   c. Mampu mengembangkan kemampuan penulis dengan *software* untuk perancangan proyek yang dibutuhkan oleh pengguna.

1.6 Sistematika Pembahasan

Berikut ini pembahasan secara singkat pada laopran ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang, batasan masalah, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika pembahasan laporan.

BAB II TINJAUAN PROYEK

Bagian ini, membahas tinjauan pustaka yang dimana akan membahas pertimbangan penulis dengan penelitian dan landasan teori yang berkaitan dengan perancangan *video* promosi GO! Massage.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bagian ini membahas tentang identitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan operasional dan sistem yang digunakan untuk kegiatan operasional.

BAB IV METODOLOGI

Bagian ini membahas tentang metode yang digunakan dan perancangan penelitian, Teknik pengumpulan data, proses perancangan dan jadwal pelaksanaan.

BAB V ANALISA DATA DAN PERANCANGAN

Bagian ini membahas tentang analisis yang digunakan dengan perancangan yang disusun dan pembahasan *video* yang diuji coba dan kondisi setelah jalannya proses implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bagian ini berisi tentang proses pada tahap implementasi dan hasil yang didapat dari hasil perancangan yang diimplementasikan pada media sosial tempat kerja praktek.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini merupakan bagian penutup dari laporan yang berisikan kesimpulan keseluruhan laporan ini. Hasil analisis dan pembahasan *video* promosi yang ditemukan dalam penelitian serta saran untuk peneliti masa yang akan datang.