

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Iklan berupa metode mempromosikan produk perusahaan dalam bentuk video kepada konsumen. Perusahaan mengandalkan iklan untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasa mereka karena dikenal lebih efektif dan efisien. (Indrawati, Sudiarta, & Suardana, 2017). Konsumen memerlukan iklan untuk mengetahui informasi produk yang dipromosikan oleh sebuah perusahaan agar mereka dapat membuat keputusan untuk membeli produk dan jasa tersebut (Azhar, Rahmad, Arfianto, & Taali, 2017).

Media sosial Instagram merupakan aplikasi yang banyak diakses oleh anak muda sekarang. Karena instagram merupakan aplikasi *edit* dan *sharing* foto paling populer selama beberapa tahun belakangan ini. Sejak pertama kali instagram diluncurkan tahun 2010, kini memiliki lebih dari 700 juta pengguna dari seluruh dunia. Berdasarkan survei (Herman, Sambul, & Paturusi, 2018). Sistem sosial pada instagram yaitu saling *follow* sesama akun pengguna instagram agar mendapatkan *followers*. Semakin banyak *followers* maka akun tersebut akan semakin populer. Instagram juga mengizinkan kepada penggunanya untuk memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Tidak mengherankan jika perusahaan pun memanfaatkan media sosial instagram untuk berjualan online. Perusahaan dapat menggunakan *feed* pada akun instagram mereka menjadi sebuah katalog untuk promosi produk-produk penjualan (Febrilia, Nasution, & Handarini, 2017).

Melihat banyaknya perusahaan yang menjadikan instagram sebagai sarana promosi, maka instagram pun mengeluarkan fitur baru yang diberi nama *IGTV* atau *Instagram TV*. *IGTV* merupakan fitur dimana pengguna dapat mengupload video dengan durasi lebih dari 1 menit. *IGTV* dibuat agar pengguna dapat menonton video dengan smartphone mereka. Fitur ini dianggap dapat membantu dalam memasarkan atau menyampaikan informasi sebuah produk atau jasa maka dari itu perusahaan-perusahaan di Batam yang bergerak dalam bidang penjualan produk menggunakan account media sosial instagram dengan tujuan mempromosikan barangnya (Handika, Maradona, & Darma, 2018). Namun tidak semua perusahaan mengerti dan memperhatikan *IGTV* pada instagram mereka kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui fungsi dari fitur *IGTV* sehingga menganggap fitur ini tidak terlalu berguna.

Indo Flora Flowers Shop yang merupakan jasa toko menjual karangan bunga di pulau Batam. Akibat banyaknya saingan jasa dalam menjual karangan bunga dengan harga yang lebih murah, kualitas produk lebih baik dan kecepatan pengerjaan produk menyebabkan Indo Flora Flowers Shop kesulitan untuk mendapatkan konsumen dan mencapai target penjualan mereka. Pemilik usaha mencoba mempromosikan jasa dan produknya melalui media sosial instagram. Maka penulis merasa Indo Flora Flowers Shop memerlukan iklan video *IGTV* pada media sosial instagram mereka. Penulis berharap dapat merancang sebuah iklan video yang memiliki keuntungan kepada Indo Flora Flowers Shop dalam memasarkan produk yang dimiliki. Akhirnya penulis pun memilih judul laporan Kerja Praktek (KP) yang berjudul **“PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IKLAN VIDEO IGTV PADA INDO FLORA FLOWERS SHOP”**.

## 1.2 Ruang Lingkup

Proses perancangan iklan video *IGTV* dapat dilakukan dengan baik dan terarah maka dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu:

1. Pada pembuatan iklan video *IGTV* akan mempromosikan jasa dan produk yang dimiliki Indo Flora Flowers Shop, seperti: *bloom box flower* dan *hand bouquet*.
2. Iklan video *IGTV* ini akan diimplementasikan lewat account instagram milik Indo Flora Flowers Shop.
3. Perancangan iklan video *IGTV* ini dipromosikan kepada anak muda atau keluarga yang ingin membeli karangan bunga.
4. Perancangan iklan video ini menggunakan *software Adobe Premiere CC 2018* dan menggunakan Kamera *Canon EOS 750D*.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan permasalahan yang memerlukan jalan pemecahannya supaya dapat mengatasi masalah apa yang sedang dialami oleh perusahaan tersebut dan memberikan solusi untuk tepat. Berikut berupa permasalahan yang diuraikan sesuai latar belakang diatas sebagai berikut:

1. Apa permasalahan yang sedang dihadapi oleh Indo Flora Flowers Shop dalam memasarkan produk dan jasa?
2. Apakah Indo Flora Flowers Shop memerlukan sebuah iklan video dalam memasarkan produk dan jasa?
3. Apakah setelah iklan video selesai dirancang dan diimplementasi ke media sosial bisa mendapatkan nilai positif?

#### 1.4 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan kerja praktek ini yaitu mengembangkan ilmu dengan cara memberikan percobaan dalam pengalaman kerja, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan dunia kerja. Berikut tujuan kerja praktek ini:

1. Memberi solusi kepada Indo Flora Flowers Shop untuk merancang sebuah iklan video.
2. Mempermudah konsumen untuk mengetahui informasi atau jasa yang tersedia dari iklan video tentang Indo Flora Flowers Shop.
3. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk mempraktekkan keahlian ilmu yang telah di pelajari di Universitas Internasional Batam (UIB).
4. Sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana 1 (S-1).

#### 1.5 Manfaat Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek di Indo Flora Flowers Shop memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Indo Flora Flowers Shop
  - a. Diharapkan dapat menambah jumlah penjualan atau target penjualan.
  - b. Meningkatkan *exposure* akun instagram milik Indo Flora Flowers Shop.
  - c. Menambah pengetahuan tentang produk dan jasa yang dimiliki oleh Indo Flora Flowers Shop.
2. Manfaat bagi Penulis
  - a. Dengan mengimplentasikan iklan video *IGTV*, mampu memberikan ide-ide menarik dalam perancangan iklan video dengan software yang digunakan oleh penulis.

b. Sebagai percobaan bagi penulis dalam pengalaman kerja, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan dunia kerja.

### 3. Manfaat bagi Akademisi

a. Menambah ilmu atau pengetahuan serta sebagai referensi bagi mahasiswa lain dalam memilih topik laporan kerja praktek.

b. Menambah kasus yang bisa dimanfaatkan sebagai materi perkuliahan dalam menentukan permasalahan untuk mengembangkan penelitian.

## 1.6 Luaran Kerja Praktek

Luaran kerja praktek ini iklan video *IGTV* milik Indo Flora Flowers Shop, bisa digunakan sebagai media promosi pada LED rental (tidak hanya di media sosial).

## 1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan laporan kerja praktek dapat lebih mudah dipahami bagi pembaca. Maka penulis menyusun laporan kerja praktek ini menjadi

beberapa bab yang akan membahaskan pokok permasalahan yang berbeda sebagai

berikut:

### **BAB I                   PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan kerja praktek, manfaat kerja praktek, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II                TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang pembahasan landasan teori yang meliputi ilmu mengenai kajian teori yang berkaitan dengan penelitian.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bagian ini akan membahas gambaran umum perusahaan Indo Flora Flowers Shop mengenai struktur organisasi perusahaan, dan uraian tugas masing-masing.

### **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat metode dan teknik penelitian yang akan dipakai untuk melakukan kerja praktek.

### **BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Bab ini akan membahas analisis data, perancangan produksi dan kendala implementasi.

### **BAB VI IMPLEMENTASI**

Bab ini akan membahas implementasi dan hasil yang telah digunakan pada media sosial.

### **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan membahas kesimpulan akhir laporan yang telah dirancang dan juga akan memberikan saran pada proyek yang telah dianalisis.