

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Video adalah perwujudan gambar yang dapat bergerak dan terlihat hidup. Video dapat menyajikan informasi serta dapat menjelaskan hal-hal yang rumit seperti mengajarkan suatu keahlian dan mempengaruhi cara bersikap.

Menurut Supriyatman & Nugroho, (2013), video dapat sangat mempengaruhi emosi dari masyarakat, karena pada umumnya masyarakat lebih senang melihat video dari pada gambar sehingga dari apa yang mereka lihat dan dengar informasi jadi lebih mudah untuk dipahami.

Iklan adalah video pesanan untuk mendeskripsikan barang atau jasa yang ditawarkan dan memberitahukan atau menjelaskan kepada orang mengenai barang atau jasa yang dijual. Iklan berupa multimedia yang terdiri dari *audio*, teks, gambar dan film pendek. Iklan biasanya ditampilkan dimedia massa seperti televisi, video tron, website atau ditempat-tempat umum. Pemanfaatan video iklan berpengaruh untuk kegiatan untuk berusaha mencapai sebuah tujuan. Antara lain adalah memasarkan suatu produk jasa sebuah perusahaan. Selain itu video iklan bisa memberikan informasi yang dapat masyarakat mudah pahami (Hariana, Sofyan, Aldifitra, Astuti, & Katianda, 2015).

PT. Arya triple 5 merupakan salah satu usaha rental mobil yang berada di pulau Batam. PT. Arya triple 5 terletak di Central Sukajadi, Terra House 1 No. 12 B, Kota Batam. PT. Arya triple 5 memiliki masalah yaitu minimnya media yang dapat memperkenalkan usaha rental mobil tersebut. Dan saat ini PT. Arya Triple 5 melakukan promosi belum secara digital dengan memakai brosur, spanduk dan

dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan program video iklan untuk PT. Arya Triple 5 dengan topik “**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI VIDEO IKLAN SEBAGAI PROGRAM MEDIA MARKETING DI PT. ARYA TRIPLE 5**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ialah batas masalah akan penulis bahas untuk proyek Ini:

1. Apakah perusahaan membutuhkan video iklan sebagai media promosi?
2. Tools apa saja yang digunakan untuk membuat video iklan?
3. Apakah promosi video iklan di sosial media berhasil meningkatkan penjualan?

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan pembuatan proyek adalah sebagai berikut:

1. Dapat menyelesaikan masalah kebutuhan berupa video iklan yang terdapat di PT. Arya triple 5.
2. Merupakan prasyarat kelulusan program sarjana.
3. Untuk pembuktian dalam dunia kerja secara langsung.
4. Salah satu kesempatan untuk penulis terlibat di PT. Arya triple 5.

1.4 Luaran Proyek

Luaran proyek ini ialah berupa video iklan PT. Arya triple 5 yang penulis implementasikan di sosial media PT. Arya triple 5.

1.5 Manfaat Proyek

Selanjutnya adalah utilitas dari proyek bagi penulis maupun perusahaan:

1. Bagi PT. Arya triple 5

Proyek memberikan informasi terkait PT. Arya triple 5 berupa video iklan yang dapat memberikan nama baik bagi PT. Arya triple 5.

2. Bagi penulis

a. Dapat lebih mengerti dalam penggunaan kamera Mirrorless Sony A6300 dalam proses tata cara *shooting video*.

b. Mampu merancang ide yang menarik pada saat proses pengerjaan proyek.

c. Mampu mengasah penguasaan penulis untuk lebih menguasai perangkat lunak dan melakukan sebuah rancangan proyek yang perusahaan butuhkan.

1.6 Sistematika Pembahasan

Berikut ini pembahasan secara singkat pada laporan ini:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang rumusan masalah, latar belakang, luaran proyek, tujuan proyek, manfaat proyek dan sistematika pembahasan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang pada bagian ini membahas pertimbangan penelitian yang penulis lakukan dan landasan teori yang berhubungan dengan perancangan video iklan PT. Arya triple 5.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas tentang struktur organisasi perusahaan, identitas perusahaan, dan sistem yang digunakan untuk menjalankan perusahaan.

BAB IV METODOLOGI

Membahas mengenai metode yang akan digunakan dan teknik pengumpulan data, perancangan penelitian, jadwal pelaksanaan dan proses perancangan.

BAB V ANALISA DATA DAN PERANCANGAN

Membahas mengenai analisis yang dipakai untuk perancangan yang telah disusun dan pembahasan video untuk diuji coba dan kondisi setelah berjalannya tahap implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Berisikan mengenai proses dari tahap implementasi dan hasil yang didapat dari implementasi pada media sosial di tempat kerja praktek.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan tahap akhir laporan yang didalamnya terdapat kesimpulan keseluruhan laporan dan saran untuk peneliti masa yang akan datang.



Universitas Internasional Batam