

## PERANCANGAN VIDEO IKLAN PROMOSI DI PERUSAHAAN KAOS MENGUNAKAN METODE *MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE*

Okta Veza<sup>\*1</sup>, Eka Safira<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Ibnu Sina, Jl. Teuku Umar, Lubuk Baja, Kota Batam

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, UIS

e-mail: [\\*1okta@uis.ac.id](mailto:*1okta@uis.ac.id), [2ekasafira61@gmail.com](mailto:2ekasafira61@gmail.com)

### **Abstrak**

*Perancangan video iklan promosi ini dibuat untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada calon pembeli menemukan informasi mengenai produk pakaian dan oleh-oleh khas Batam, serta dapat menjadi sarana promosi perusahaan. Perancangannya ditargetkan untuk meningkatkan minat membeli calon konsumen. Perancangan video iklan promosi berdasarkan studi kasus di Graha T-Obenk Premium Kaos Batam yang berproses selama 3 (tiga) bulan. Objek aktifitas yang dilakukan berupa observasi langsung ke lapangan untuk melihat keadaan dan situasi yang terjadi, bagaimana proses pemasaran yang dilakukan terhadap konsumen selama ini. Dari kondisi yang terjadi di lapangan dapat kita lihat kurangnya ketertarikan calon konsumen terhadap penawaran dalam bentuk katalog baik berupa brosur maupun buku. Kesimpulan dan saran pada video iklan promosi ini adalah agar dapat meningkatkan daya tarik calon konsumen dalam mencari informasi seputar produk oleh-oleh Batam dan juga dapat meningkatkan promosi perusahaan.*

**Kata kunci**—video, iklan, promosi, katalog, multimedia

### **Abstract**

*The design of this promotional advertising video is made to introduce the company's products to prospective buyers to find information about clothing products and souvenirs typical of Batam, and can be a means of company promotion. The design is targeted to increase interest in buying potential customers. The design of the promotional advertisement video is based on a case study in Graha T-Obenk Premium Shirt Batam which has a 3-month process. The object of activities carried out in the form of direct observation to the field to see the circumstances and situations that occur, how the marketing process is carried out for consumers so far. From the conditions that occur in the field we can see the lack of interest in prospective consumers in the form of catalogs in the form of brochures and books. The conclusions and suggestions on this promotional advertisement video are to increase the attractiveness of prospective consumers in finding information about souvenir products in Batam and can also increase company promotions.*

**Keywords**— video, advertising, promotion, catalog, multimedia.

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, iklan di bawah era 1980-an, berbeda jauh pengaruhnya terhadap konsumen dibandingkan iklan dalam era kekinian. Iklan terkini tampak lebih menarik, impresif, memiliki sisi artistik yang terkemas melalui perwajahan atau tampilan yang begitu memuaskan secara seni. Dalam dunia pertelevisian misalnya, nuansa kemasan iklan produk menjadi lebih hidup dan menggugah selera konsumen karena didukung kemutakhiran perangkat audio-visual dengan sedikit pengaturan (*setting*) fitur-fitur unik dan memikat yang bersifat digital dan sinematografi (Ramsiah, 2017:107)

Perusahaan T-Obenk Kaos Batam adalah Pusat Oleh-oleh Kaos yang menjadi incaran para wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Batam. Perusahaan ini sudah berjalan hampir lebih 10 tahun. Dengan berkembangnya teknologi, Perusahaan T-Obenk Kaos Batam juga ingin berkembang di dalam media sosial. Pada dasarnya T-Obenk Kaos Batam hanya dikenal melalui layanan *tour* dan *travel* kepada turis-turis yang berkunjung. Saat ini Perusahaan T-Obenk Kaos Batam ingin memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat secara lebih luas dengan menjangkau melalui pemasaran teknologi. Pemasaran teknologi disini akan dirancang dalam bentuk video dengan konsep memperkenalkan produk yang ada di Perusahaan T-Obenk. Dengan begitu ketika video promosi telah disebar maka masyarakat akan mengetahui lebih jauh tentang produk-produk Perusahaan T-Obenk Kaos Batam.

## METODE PENELITIAN

### A. Metode Penelitian

Metode penelitian Adalah suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada **observasi** berperan serta (participat observaction), **wawancara** mendalam (in depth interview), dan **dokumentasi** (Sugiono, 2017).

### B. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian digunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang diper oleh langsung dari unit pengamatan dengan langsung meneliti ke objek penelitian, yaitu Perusahaan T-Obenk Kaos Batam :

##### a. Observasi

Observasi yaitu metode untuk mendapatkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung untuk mengetahui serta menganalisa keadaan kondisi lapangan dan dilakukan nya pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang terkait tanpa pengajuan pertanyaan. Kegiatan observasi dalam penelitian ini dilakukan atas izin Pimpinan Perusahaan T-Obenk Kaos Batam.

##### b. Wawancara

Teknik yang dilakukan dengan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dari kebutuhan perusahaan secara langsung kepada pimpinan perusaha

#### 2. Sumber Data Sekunder

Data-data atau informasi yang didapat untuk penelitian melalui perpustakaan, internet, dan lain-lain. Studi dokumentasi yang digunakan adalah pencarian bahan-bahan atau buku-buku bacaan, karya ilmiah dan sumber-sumber bacaan lainnya seperti internet. Untuk studi dokumentasi, peneliti mendapat data-data atau informasi berupa dokumen yang berbentuk brosur yang digunakan untuk promosi di Perusahaan T-Obenk Kaos Batam.

### C. Metode Pendekatan dan Pengembangan Sistem

Dalam sub bab ini akan dijelaskan mengenai metode pendekatan sistem, metode pengembangan sistem, dan alat bantu analisis dan perancangan.

Metode pengembangan sistem yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan model *MDLC (Multimedia Development Life Cyle)* pengembangan atau rekayasa sistem informasi.

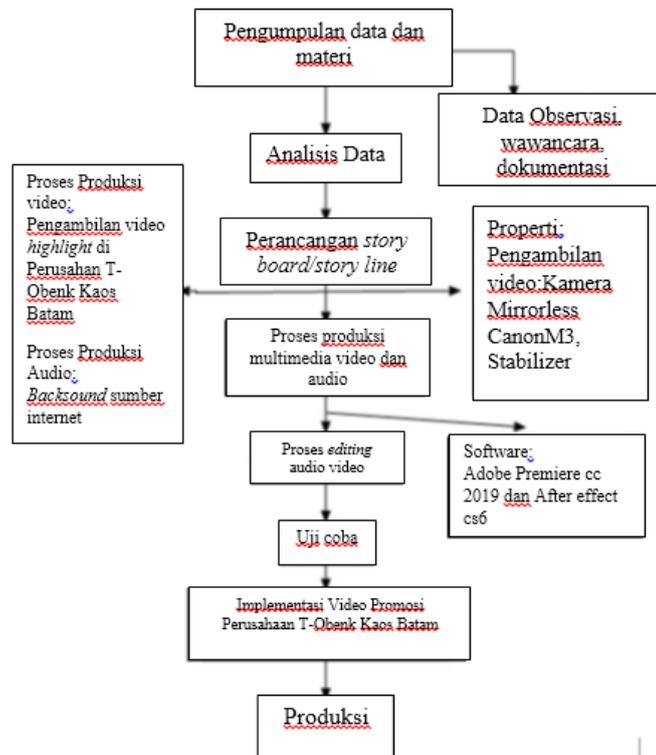
Tahapan – tahapan dalam *MDLC* yang tersusun secara sistematis adalah sebagai berikut:

- a. Konsep (*Concept*) dalam tahap ini awal persiapan pembuatan video promosi Perusahaan T-Obenk Kaos Batam menentukan durasi video, materi input.

- b. Perancangan (*Desain*) Menentukan konsep yang akan di rancang, Konsep yang sudah matang dalam rancangan video promosi Perusahaan T-Obenk Kaos Batam akan memudahkan dalam proses pembuatan *storyboard* sebagai *control* dalam proses pengeditan.
- c. Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*) Proses pengumpulan data video, gambar yang langsung di ambil dari Perusahaan T-Obenk Kaos Batam, dan animasi *text*, *audio* dll, di ambil dari Internet.
- d. Pembuatan (*Assembly*) Proses pembuatan / pengeditan video promosi dengan adobe after effect cs6 dan adobe premier pro cc 2019.
- e. Pengujian (*Testing*) Tahap Pengujian hasil penggabung gambar, video dan audio setelah di *rendering*.
- f. Distribusi (*Distribution*) Tahap akhir setelah video berhasil disatukan nantinya akan berupa format mp4 sehingga bisa di unggah ke social media, dan di burning kedalam sebuah media penyimpanan perangkat berupa cd / dvrw untuk di distribusi.

**D. Alat Bantu Analisis dan Perancangan**

*Flowchart* merupakan metode untuk menggambarkan tahap – tahap pemecahan masalah dengan mempesentasi kan symbol – symbol tertentu yang mudah dimengerti, mudah digunakan dan standar. Tujuan utama penggunaan *flowchart* adalah untuk menggambarkan suatu tahapan penyelesaian masalah secara sederhana, teratur, rapi dan jelas dengan menggunakan simbol yang standar.



**Gambar 4.1** *Flowchart*

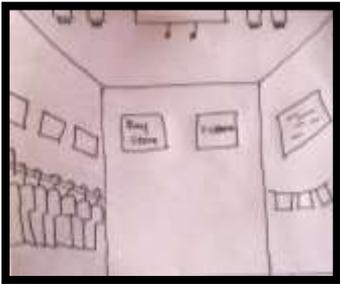
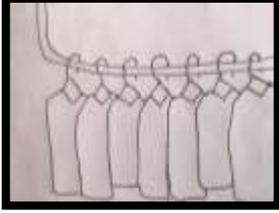
HASIL DAN PEMBAHASAN

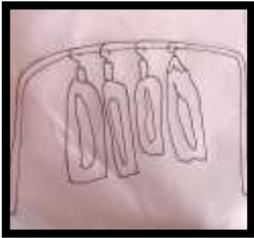
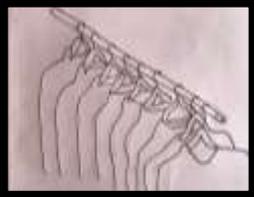
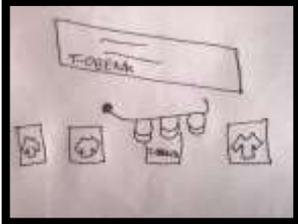
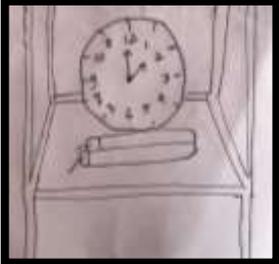
**A. Hasil Pelaksanaan / Pembahasan**

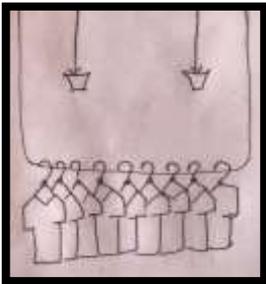
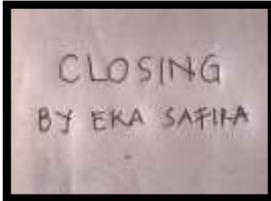
*Perancangan Desain (Storyboard)*

Pada tahap ini akan mendeskripsikan alur cerita pada setiap *slide* video Alur cerita dalam *storyboard* ini adalah alur maju yang menyampaikan informasi setiap materi dari isi video. Gambaran *storyboard* akan di jelas kan dibawah ini:

Tabel 1. Gambaran *storyboard*

No	Story Board	Naskah
1		<p>Slide pertama :                      Berisi <i>cover Text Opening</i>                      PERUSAHAAN T-OBENK                      KAOS BATAM</p>
2		<p>Slide kedua :                      Berisi teks gambar "Toko depan dan Spanduk T-Obenk Kaos Batam"</p>
3		<p>Slide ketiga :                      Berisi gambar "Pintu depan toko"</p>
4		<p>Slide ke empat:                      Berisi gambar seluruh ruangan toko T-Obenk Kaos Batam</p>
5		<p>Slide ke lima :                      Berisi gambar <i>Etalase baju 1</i></p>

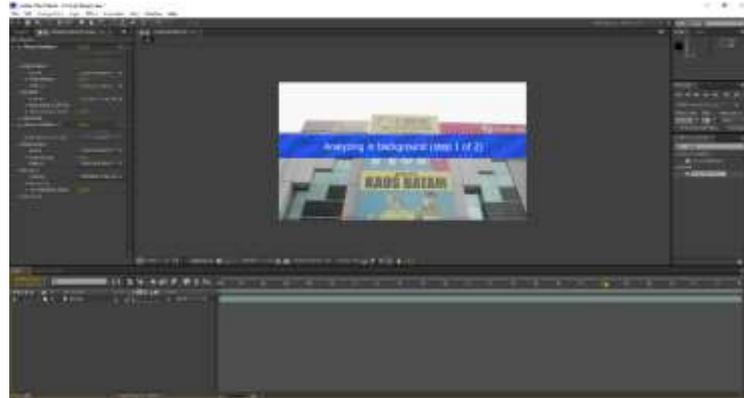
<p>6</p>		<p>Slide ke enam : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 2</p>
<p>7</p>		<p>Slide ke tujuh : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 3</p>
<p>8</p>		<p>Slide ke delapan : Berisi gambar hiasan dinding dan topi</p>
<p>9</p>		<p>Slide ke sembilan : Berisi gambar <i>Etalase</i> contoh Gelas dan pin</p>
<p>10</p>		<p>Slide ke sepuluh : Berisi gambar <i>Etalase</i> Jam dinding dan payung</p>
<p>11</p>		<p>Slide ke sebelas : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 4</p>

12		<p>Slide ke dua belas : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 5</p>
13		<p>Slide ke tiga belas : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 6 yang disusun diatas meja</p>
14		<p>Slide ke empat belas : Berisi gambar <i>Etalase</i> baju 7</p>
15		<p>Slide ke lima belas : Berisi gambar <i>Etalase</i> meja kasir</p>
16		<p>Slide ke enam belas : Berisi gambar <i>closing</i> video</p>

**B. Pengumpulan Bahan (Material Collecting)**

Pada tahap ini akan menampilkan proses perancangan video promosi Perusahaan T-Obenk Kaos Batam yang menggunakan beberapa *software*, *adobe after effect cs6*, dan *adobe premier cc*. yang akan di jelaskan dalam tahap-tahap dibawah ini:

- a. Proses *wrap stabilizer* pada video untuk menstabilkan gerakan video yang tidak stabil menggunakan *adobe after effect cs6*.

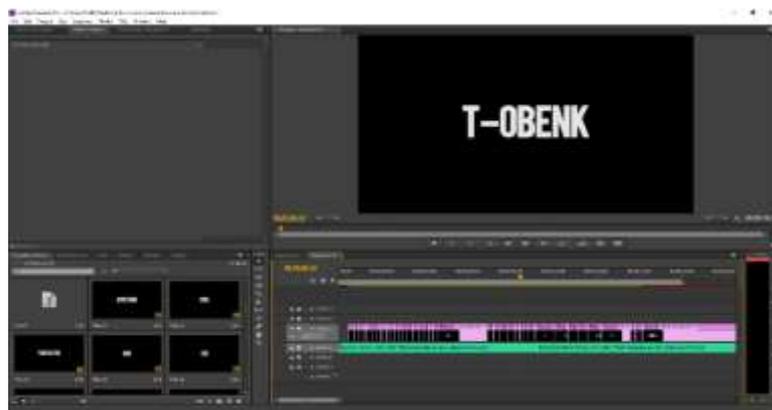


**Gambar 1.** Proses *wrap stabilizer* pada *After Effect*

**C. Pembuatan (Assembly)**

Tahapan selanjutnya pembuatan video promosi dengan menggabungkan seluruh video yang sudah berjalan di *after effects* sebelum nya, dengan menggabungkan video dan *background* dengan menggunakan *adobe premiere cc*.

- a. Proses awal yang berisi *text opening* Perusahaan T-Obenk Kaos Batam, menggunakan *adobe premiere*.



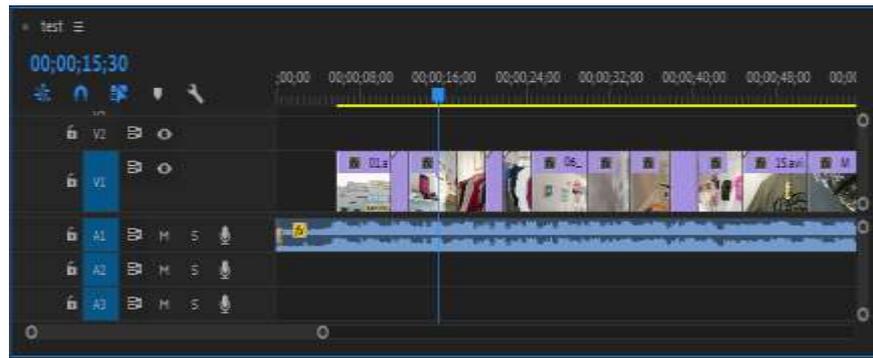
**Gambar 2.** *Editing text opening*

- b. Proses penggabungan seluruh video yang sudah distabilkan menggunakan *after effect* sesuai dengan *storyboard* menggunakan *adobe premiere*.



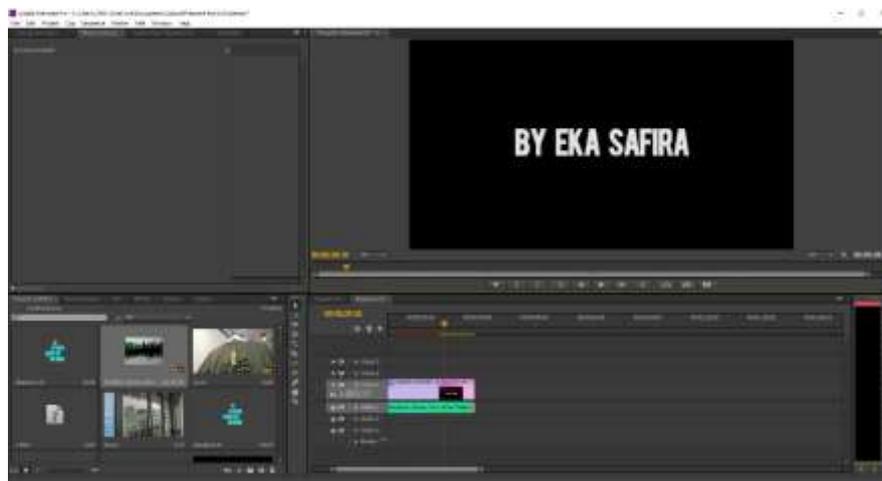
**Gambar 3.** *Editing penggabungan video*

- c. Proses penggabungan video dan *background* menggunakan *adobe premiere slide*



**Gambar 4.** *Editing* penggabungan video dan *backsound*

d. Proses akhir *text closing* menggunakan *adobe premiere*.



**Gambar 5.** *Editing text closing* video

**D. Pengujian (Testing)**

a. Tahap ini menampilkan slide 1 video promosi yang di uji dengan menggunakan GOM player untuk mengetahui hasil dari proses *editing* sebelumnya.



**Gambar 6.** Tampilan *opening* video

b. Tahap ini menampilkan gambar *slide 2* video promosi yang di uji dengan menggunakan GOM player untuk mengetahui hasil dari proses *editing* sebelumnya.



Gambar 7. Tampilan gambar video

- c. Tahap ini menampilkan slide 3 video promosi yang di uji dengan menggunakan GOM player untuk mengetahui hasil dari proses *editing* sebelumnya.



Gambar 8. Tampilan *closing* video

## SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pembuatan Video Promosi berbasis Multimedia ini memerlukan keahlian dalam bidang Editor Visual, dalam hal ini penulis menggunakan *Adobe After Effect Cs 6* dan *Adobe Premiere* untuk dapat menyatukan video dan *teks* yang menampilkan informasi Perusahaan toko dan back sound. Agar informasi yang di sampai kan dalam video bisa lebih menarik untuk di publikasi sebagai media promosi.

Dengan adanya Video Promosi pada Perusahaan T-Obenk Kaos Batam ini diharapkan dapat mengembangkan informasi akan toko ini lebih luas, dengan teknik media promosi video.

## SARAN

Dalam laporan kerja praktek perancangan Video Promosi Perusahaan T-Obenk Kaos Batam ini ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis, diantaranya sebagai berikut:

1. Penulis hanya memaparkan tentang perancangan Video Promosi Berbasis Multimedia untuk melakukan promosi sehingga diharapkan perancangan Video Promosi ini bisa lebih menarik agar informasi yang diinginkan Perusahaan atau toko dapat lebih bermanfaat lagi.
2. Penulis menyarankan perancangan Video Promosi yang telah dibuat ini benar-benar bermanfaat untuk Perusahaan T-Obenk Kaos Batam agar toko semakin dikenal masyarakat luas dan meningkatkan jumlah *customer* sesuai yang di harapkan perusahaan.
3. Dalam pembuatan Video Profile ini masih sangat banyak kekurangan, terutama dari segi tampilan pengambilan video dan isi video, diharapkan dapat dikembangkan lagi nanti nya oleh pihak perusahaan menjadi lebih baik lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariyati, S., & Misriati, T. (2016). Perancangan animasi interaktif pembelajaran asmaul husna. *Jurnal Teknik Komputer*, 2(1), 116-121.
- Bentelu, A. S., Sentinuwo, S., & Lantang, O. (2016). Animasi 3 Dimensi Pencegahan Cyber Crime (Studi Kasus: Kota Manado). *Jurnal Teknik Informatika*, 8(1).
- Elistri, M., Wahyudi, J., & Supardi, R. (2014). Penerapan Metode Saw Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Jurusan Pada Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Seluma. *Jurnal Media Infotama*, 10(2).
- Fadhli, M. (2016). Pengembangan media pembelajaran berbasis video kelas iv sekolah dasar. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(1), 24-33.
- Lestari, K. D., Agustini, K., & Sugihartini, N. (2019). Pengembangan Modul Ajar Storyboard Berbasis Project Based Learning untuk Siswa Kelas XI Multimedia di SMK TI Bali Global Singaraja. *KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika)*, 8(2), 309-318.
- Musarofah, M., & Taufiq, R. (2018). PERANCANGAN SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENGANGKATAN TENAGA HONORER MENJADI CALON PEGAWAI NEGERI SIPIL DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (STUDY KASUS: BADAN KEPEGAWAIAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KOTA TANGERANG).
- Nurdiana, D., & Suryadi, A. (2017). PERANCANGAN GAME BUDAYAKU INDONESIAKU MENGGUNAKAN METODE MDLC. *JURNAL PETIK*, 3(2), 39-44.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161-174.
- Setiawan, A. I. (2018). Media Pembelajaran Interaktif Pengenalan Kerangka Manusia Menggunakan Augmented Reality (AR). *INSIGHT*, 1(4), 260-268.
- Setyono, A. (2016). *Analisis Kesulitan Siswa Memecahkan Masalah Fisika Berbentuk Grafik dengan tes Diagnostik* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG).

- Tasruddin, R. (2015). STRATEGI PROMOSI PERIKLANAN YANG EFEKTIF. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Tasruddin, R. (2018). Tren Periklanan Di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5(1).
- Pradana, A. G. (2019, October). Rancang Bangun Game Edukasi “AMUDRA” Alat Musik Daerah Berbasis Android. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENATIK)* (Vol. 2, No. 1, pp. 49-53).
- Prasetyo, T. F., & Bastian, A. (2017). Visualisasi Edukatif Penyiaran Televisi Satelit Dan Televisi Antena Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC).
- Wahyudin, W., Wahyudi, S., & Robbi, M.I.A. (2015). Visualisasi masjid agung rangkasbitung berbasis 3d dengan menggunakan google sketchup & after effect. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, 2(2).