

Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta

¹Arpan Sahputra, ²Diana Suksesiwaty Lubis
^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan
Kota Medan, Indonesia

¹arpan.sahputra1@gmail.com, ²ladydiana.loebs@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah perancangan dan pembuatan iklan video sebagai media promosi. Pembuatan video iklan berguna untuk membantu dalam pengembangan penjualan distribusi media promosi Qorigins Betta. Periklanan memang sangat mudah melalui media sosial yang banyak diminati hampir semua orang. Oleh karena itu, Qorigins Betta sangat membutuhkan media promosi untuk upaya peningkatan penjualan di masyarakat luas agar dapat bersaing dengan yang lain. Metode yang digunakan adalah penelitian perancangan dengan teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, dimana data tersebut akan disajikan secara deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini berupa perancangan video promosi Qorigins Betta yang diharapkan dapat membantu periklanan dalam meningkatkan jumlah konsumen.

Kata Kunci: Iklan video, media promosi dan *motion graphic*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, kebudayaan, dan juga perikanan. Salah satu kekayaan Indonesia di bidang perikanan adalah ikan hias cupang. Ikan cupang merupakan hewan yang hidup di air tawar. Ikan hias ini mudah dipelihara walaupun sebagai hewan yang agresif. Beberapa jenis ikan cupang memiliki warna yang indah sehingga banyak dijadikan hewan peliharaan sebagai ikan hias.

Di era serba digital saat ini memudahkan masyarakat memperoleh informasi melalui internet. Penggunaan internet tidak hanya mencari informasi tetapi juga untuk hiburan, pengetahuan, dan belanja online. Informasi Ikan cupang banyak tersebar melalui sosial media dan didukung banyaknya kontes ikan cupang. Perkembangan teknologi menjadi semakin pesat, terutama dengan adanya sarana internet yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun (Rahmaningtyas & Rachman, 2021).

Masalah yang terjadi pada perusahaan adalah karna tidak mempunyai video iklan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk dari Qorigins Betta. Berdasarkan Analisa permasalahan pada Perusahaan saat ini membutuhkan perancangan video iklan dengan gaya penyampaian informasi yang atraktif, update dan menarik sehingga dapat menunjang program promosi. Perancangan video iklan ini akan berfokus untuk diimplementasikan di platform digital seperti media sosial dan diharapkan dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan kepada konsumen.

Penelitian yang berjudul Perancangan Video Iklan Pada PT. Tinusia Travelindo (Traveloka). Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan konsep media video iklan jasa dan layanan traveloka dengan konsep yang lebih interaktif, kreatif dan inovatif sebagai daya tarik promosi jasa dan layanan Traveloka, dan membantu dalam meningkatkan jumlah konsumen. Hasil dari penelitian ini berupa perancangan video promosi Traveloka yang diharapkan dapat membantu

periklanan dalam meningkatkan jumlah konsumen (Sunarya, Wardana, & Septiani, 2021).

“Video promosi adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan seseorang atau organisasi berupa pesan yang menarik untuk ditawarkan” (Ismayani, 2018). “Salah satu bentuk visual yang artistic yaitu gambar bergerak yang digunakan untuk upaya memuaskan panca indra” (Ambri & Nur Rahmi, 2022). Motion Graphic Teknik menggerakkan gambar sehingga tidak membosankan namun terlihat dinamis dan menarik (Ihsan, Mappedasse, & Mustamin, 2021). Untuk mengandalkan video promosi harus menentukan dengan tepat media apa yang dipakai (Muktiana & Nurfaizal, 2022). “Promosi yang dilakukan untuk membuat kesadaran sehingga terjadi ketertarikan dan pembelian” (Yudani, 2018). “Pelaksanaan promosi iklan melalui sosial media seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok” (Primasari & Wibisono, 2021).

Qorigins Betta memasarkan produknya melalui sosial media seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian mengenai “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi pada usaha Qorigins Betta”. Penulis menentukan sebuah judul penelitian tersebut berdasarkan peluang, karena dengan adanya media pemasaran dalam bentuk video iklan tentu bisa membantu dan memaksimalkan penjualan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Perancangan

Perancangan adalah suatu proses yang bertujuan untuk menganalisis, menilai memperbaiki dan menyusun suatu sistem, baik sistem fisik maupun non fisik yang optimum untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan informasi yang ada (NUR & SAYUTI, 2018).

Perancangan merupakan suatu kegiatan atau rekayasa rancang bangun yang dimulai dari ide-ide inovasi desain, atau kemampuan untuk menghasilkan karya dan cipta yang benar-benar dapat menjabarkan permintaan pasar karena adanya penelitian dan pengembangan teknologi (Prasnowo, Findiastuti, & Utami, 2020).

Pengertian Video

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital (Limbong, Napitupulu, & Sriadhi, 2020).

Video adalah sehubungan dengan apa yang dapat dilihat, utamanya adalah gambar hidup (bergerak; motion), proses perekamannya, dan penayangannya tentunya melibatkan teknologi (Syamsuri et al., 2023).

Pengertian Iklan

Iklan merupakan suatu kegiatan pemasaran yang memiliki ide berlakunya penjualan dalam jangka panjang dan juga merupakan aktivitas komunikasi (Pratama, 2021).

Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi/ lembaga, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak (Brian, 2020).

Iklan merupakan bentuk pesan yang mempromosikan atau memberikan informasi barang, jasa, tempat usaha yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor yang ditujukan kepada masyarakat (Hanafri, Gustomi, & Susanti, 2018).

Jenis Jenis Iklan

1. Iklan Standar

Iklan standar merupakan iklan yang dirancang secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang dan jasa atau pelayanan kepada konsumen melalui media periklanan.

2. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat yaitu iklan yang bersifat nirlaba dan berupaya memperoleh keuntungan sosial dalam masyarakat.

Pengertian Promosi

Promosi adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan yang mana mengacu pada teknik-teknik mengomunikasikan informasi mengenai suatu produk (Firmansyah, 2019).

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan sebuah perusahaan atau produsen untuk menawarkan sebuah produk yang mereka jual kepada konsumen untuk membujuknya agar produk bisa terjual. Promosi menjadi hal penting untuk setiap perusahaan agar produk bisa terjual dan cocok untuk konsumen (Sunarya et al., 2021).

Tujuan Promosi

Video promosi juga bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa yang berisi tentang keunggulan dari produk atau jasa tersebut. Video Iklan dapat digunakan untuk sarana promosi suatu produk atau jasa (Kusumo & Sulartopo, 2019).

Elemen Promosi

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah alat promosi yang sangat efektif, dapat mencapai di daerah yang sangat jauh, dan sulit dimasuki. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan produk yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang produk yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli produk tersebut, dan membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan lain. Periklanan ini dibuat untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli (Veza & Safira, 2020).

2. *Personal Selling*

Personal Selling adalah kegiatan promosi yang mengharuskan penjual berhadapan dengan konsumen secara langsung (Sari & Wijaya, 2020). Misalnya penjual di toko, atau penjual yang datang rumah ke rumah. Jangkauan operasional *personal selling* ini sangat sedikit, jika dibandingkan dengan *advertising*, lagi pula biayanya mahal akan tetapi *personal selling* memiliki keunggulan, yaitu dapat mengatasi masalah-masalah yang diajukan oleh pembeli, mereka bisa berdialog dengan konsumen secara langsung.

Pengertian Adobe Photoshop

Adobe Photoshop adalah software editor yang dibuat oleh Adobe System yang dikhususkan untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek pada gambar atau foto (Hendriyani & Dewi, 2021).

Adobe Photoshop merupakan sebuah perangkat lunak yang bergabung dalam paket perangkat lunak Design Adobe sehingga mudah untuk digunakan dengan perangkat lunak lainnya seperti Adobe Illustrator, Adobe Dreamweaver, Adobe Flash, Adobe After Effect dan perangkat lunak Adobe Master Collection lainnya (Felisa, 2020).

Adobe Photoshop merupakan salah satu perangkat lunak yang paling populer digunakan dikalangan profesional maupun orang awan untuk keperluan pengolahan gambar (Setiyani, Effendy, Jajang, & Yulianto, 2021).

Adobe Photoshop atau sering di sebut dengan Photoshop merupakan *software* editor citra yang dibuat oleh *Adobe Systems* dikhususkan untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek (DEWI, 2019).

Adobe Photoshop adalah software editor grafis raster yang dikembangkan oleh Adobe Inc untuk mengedit grafis gambar, pembuatan efek dan memiliki beberapa fitur efek dan tool untuk memanipulasi foto untuk meningkatkan hasil yang berkualitas (Yunita Setiyaningsih, 2022).

Pengertian Adobe Premiere

Adobe premiere ialah sebuah program editing video yang sangat sering digunakan oleh kantor dan rumah produksi, stasiun televisi serta praktisi di bidangnya (Yuliana & Alfiatin, 2023). Editing Adobe Premier dapat digunakan untuk membuat video iklan sebagai alat publikasi dan informasi kepada masyarakat (Handayani, Setiadi, & Ramadani, 2019).

Adobe Premiere Pro adalah perangkat lunak penyunting video yang dikhususkan untuk

membuat rangkaian gambar, audio dan video (PRATAMA & SASTRADIPRAJA, 2022).

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Qorigins Betta yang terletak di Jalan Eka Surya, Medan Johor, Medan, Sumatra Utara, 20144. Dimulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan Juni 2023.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan.
2. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpulan data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dan data premier yang disajikan dalam bentuk lain atau orang lain. Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data premier.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data internal yaitu data yang didapat dari tempat penelitian seperti hasil observasi dan dokumen perusahaan.
2. Data eksternal adalah data yang didapat dari luar tempat penelitian berupa buku penunjang sebagai bahan bacaan dan landasan teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, serta sumber dapat bisa dicari melalui seperti internet dan perpustakaan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara: pengumpulan data menanyakan secara langsung dengan owner Qorigins Betta.
2. Observasi: pengamatan data secara langsung di tempat Qorigins Betta
3. Studi Dokumentasi: pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari informasi berdasarkan dokumen-dokumen pada tempat penelitian

Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang penulis gunakan yaitu deskriptif kualitatif.

Perangkat Keras

Perangkat keras yang digunakan dalam penelitian pembuatan iklan video ini adalah perangkat yang meliputi:

1. Laptop: MSI
2. Memori: 8 GB
3. Storage: 512 GB SSD
4. CPU: AMD Ryzen 5 3550H
5. Prosesor: AMD Ryzen 5 3550H with Radeon Vega Mobile Gfx 2.10 GHz

Perangkat Lunak

Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sistem operasi Microsoft Windows 10 dengan memakai aplikasi program yaitu menggunakan Adobe Photoshop CC 2019 dan Adobe Premiere Pro CC 2015.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Didalam hasil penelitian ini penulis telah berhasil membuat hasil berdasarkan penelitian dan perancangan Iklan Video yang telah penulis lakukan. Didalam pengerjaan hasil penelitian tersebut penulis menggunakan Software Adobe Photoshop untuk membuat sebuah desain dan

Software Adobe Premiere Pro digunakan untuk membuat sebuah iklan video dari Qorigins Betta agar dapat dikenal di mata masyarakat dan sebagai media promosi yang bisa dilihat di mana saja dan kapanpun.

Pembahasan

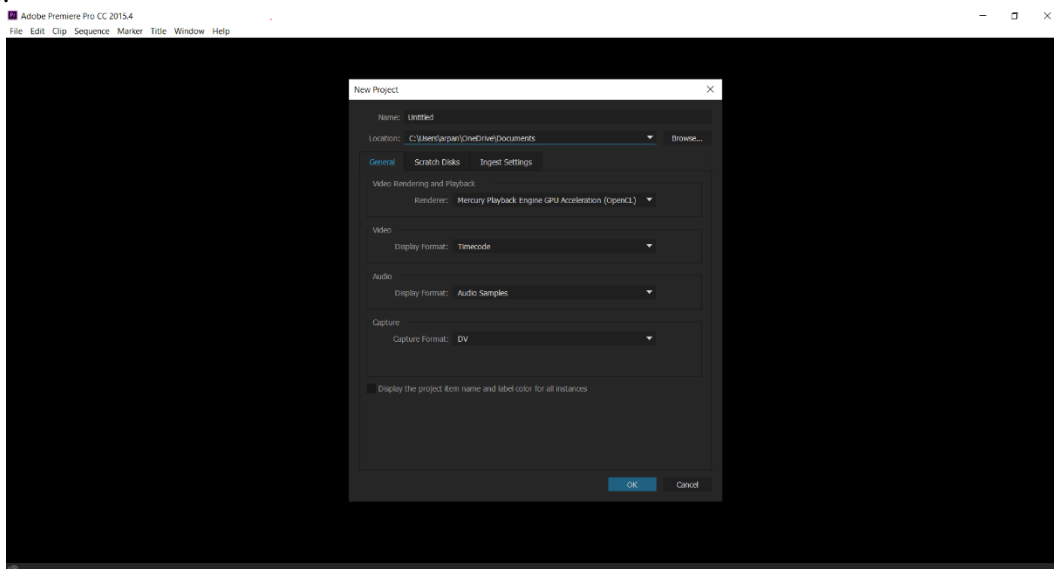
Tutorial merupakan suatu metode untuk memberikan pengetahuan dan informasi untuk menyelesaikan tugas tertentu yang sedang dilakukan oleh masyarakat serta dapat digunakan sebagai bagian dari proses pembelajaran.

1. Pertama kita akan membuka aplikasi Adobe Photoshop kemudian kita membuat desain dan mengedit photo untuk keperluan video iklan. Setelah semua desain selesai kita akan menyimpan semua file di satu folder. Selain itu kita juga harus menyiapkan musik yang akan dipakai di dalam video iklan.



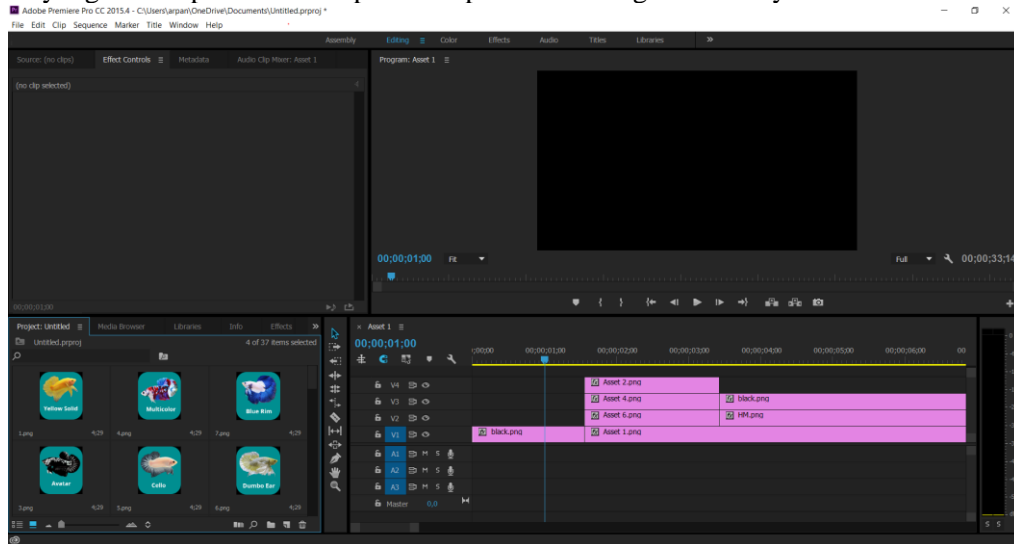
Gambar 1. Proses editing video step 1

2. Kedua, kita akan membuka software Adobe Premiere Pro kemudian kamu buat dokumen baru dengan cara klik File > New > Project. Setelah selesai buat nama file proyek kamu tersebut dan klik oke.



Gambar 2. Proses editing video step 2

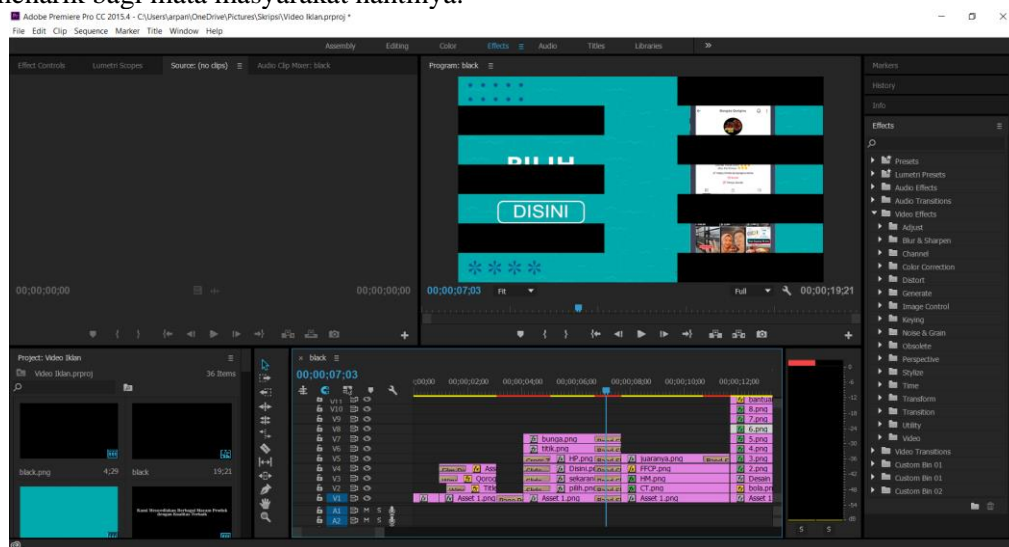
3. Ketiga, masukkan semua file bahan-bahan untuk pembuat Video Iklan ini, dengan klik file, pilih import kemudian cari folder video kamu tadi, setelah selesai dimasukkan kedalam file proyek pada software adobe premiere pro, lalu tarik file bahan bahan video tersebut kedalam timeline yang ada diaplikasi adobe premiere pro sesuai dengan urutannya.



Gambar 3. Proses editing video step 3

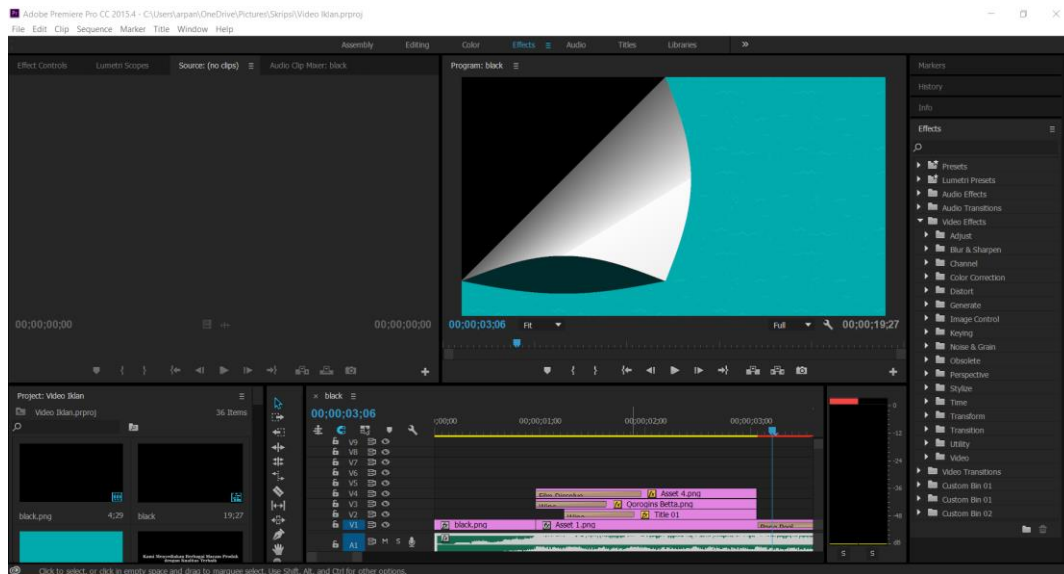
4. Keempat, potong bagian video yang tidak diperlukan dan tidak digunakan kemudian susun video yang sudah dipotong, disusun sesuai dengan konsep yang sudah dirancang terlebih dahulu.

5. Kelima, setelah video sudah dipotong dan disusun, kemudian kita membuat objek pada pada video bergerak dan memberikan efek pada video dengan agar video tersebut terkesan lebih cantik dan menarik bagi mata masyarakat nantinya.



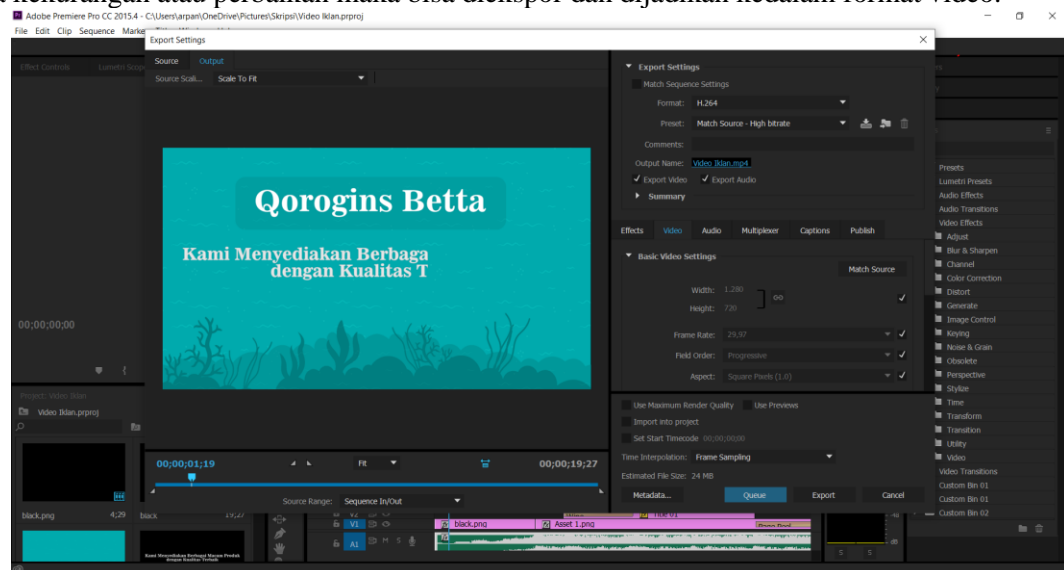
Gambar 4. Proses editing video step 4

6. Keenam, masukkan musik kedalam video tersebut. Tujuan dimasukkan musik kedalam video adalah supaya video tersebut terkesan lebih menarik dan enak didengar saat dilihat videonya.



Gambar 5. Proses editing video step 5

7. Ketujuh, setelah selesai semua video sudah diedit review kembali apakah sudah bagus atau belum. Kalau ada kekurangan didalam video maka bisa ditambahkan dan diperbaiki. Jika tidak ada kekurangan atau perbaikan maka bisa diekspor dan dijadikan kedalam format video.



Gambar 6. Proses editing video step 6

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang saya lakukan maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari penelitian telah dihasilkan sebuah Video Iklan menggunakan software Adobe Premiere Pro dengan konsep Motion graphic
2. Dengan adanya video iklan ini, maka pihak Qorigins Beta dapat lebih mudah dalam hal promosi produknya.
3. Konsumen dapat lebih paham terhadap produk dari Qorigins Beta dan tertarik untuk membeli produknya.
4. Durasi dalam sebuah iklan memang terbatas, maka dari itu harus dimanfaatkan supaya dengan durasi tersebut kesan dan pesan dari video iklan dapat tersampaikan.

REFERENSI

- Ambri, A., & Nur Rahmi, A. (2022). PEMBUATAN ANIMASI 2D TERBENTUKNYA GUNUNG BERAPI DAN DAMPAK YANG DITIMBULKAN BAGI LINGKUNGAN MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAFIK. *Information System Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.24076/infosjournal.2021v4i2.666>
- Brian, R. (2020). Pengertian Iklan: Tujuan, Ciri-Ciri, Syarat, dan Jenis-Jenis Iklan.
- DEWI, R. S. (2019). Pengertian Adobe Photoshop Beserta Sejarah, Fungsi, Kelebihan & Kekurangannya.
- Felisa, J. (2020). Penerapan Actionsript pada Adobe Photoshop. *Media Informatika*, 19(2). <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v19i2.42>
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Q. Media, Ed.). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hanafri, M. I., Gustomi, L. F., & Susanti, H. (2018). Pengembangan Iklan Layanan Masyarakat Berbasis Animasi 2D Pada BPJS Ketenagakerjaan. *JURNAL SISFOTEK GLOBAL*, 8(1). <https://doi.org/10.38101/sisfotek.v8i1.177>
- Handayani, I., Setiadi, A., & Ramadani, R. (2019). Video Company Profile LIVE Kota Tangerang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro. *Technomedia Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.33050/tmj.v3i2.377>
- Hendriyani, Y., & Dewi, I. P. (2021). *ADOBE PHOTOSHOP CS6*. UNP PRESS.
- Ihsan, I. N., Mapeasse, M. Y., & Mustamin, M. (2021). Pengembangan Video Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Keselamatan Berkendara Pada Polres Parepare Sebagai Media Informasi Menggunakan Teknik Motion Graphic dengan SWISHMAX 4. *Jurnal MediaTIK*, 4(3). <https://doi.org/10.26858/jmtik.v4i3.23704>
- Ismayani, D. (2018). PERANCANGAN VIDEO IKLAN PROMOSI PROFIL WISATA PUNCAK BILA RIASE' KABUPATEN SIDRAP. *JURNAL IMAJINASI*, 2(1). <https://doi.org/10.26858/i.v2i1.13791>
- Kusumo, F., & Sulartopo. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis.*, 12(1).
- Limbong, T., Napitupulu, E., & Sriadhi. (2020). *Multimedia: Editing Video dengan Corel VideoStudio X10* (J. Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Muktiana, A. L., & Nurfaizal, Y. (2022). Animasi 3D Arsitektural Mix Dengan Motion Grafik Sebagai Media Promosi Perumahan Bhumi Nirwana. *Technomedia Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i1.1800>
- NUR, R., & SAYUTI, M. A. (2018). *PERANCANGAN MESIN MESIN INDUSTRI*.
- Prasnowo, M. A., Findiastuti, W., & Utami, I. D. (2020). *ERGONOMI DALAM PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK ALAT POTONG SOL SANDAL*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Pratama, I. G. Y. (2021). Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Komunikasi Kaum Difabel. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1).
- PRATAMA, M. R. A., & SASTRADIPRAJA, C. K. (2022). *42 PEMBUATAN VIDEO DOKUMENTASI MULTIMEDIA KANTOR DPRD KABUPATEN BANDUNG BARAT MENGGUNAKAN SOFTWARE ADOBE PREMIERE PRO*.
- Primasari, C. H., & Wibisono, Y. P. (2021). Video Iklan Sebagai Sarana Peningkatan Impresi Publik Terhadap Produk Komunitas UMKM Kotabaru Yogyakarta. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.111>
- Rahmaningtyas, R. U., & Rachman, A. (2021). PERANCANGAN IKLAN DIGITAL PRODUK AYUKA FLOWER BERBASIS MOBILE. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 76–80. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.233>
- Sari, E. A., & Wijaya, L. S. (2020). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1). <https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2608>

-
- Setiyani, L., Effendy, F., Jajang, J., & Yulianto, R. M. (2021). Peningkatan Minat Digital Marketing Bagi Siswa SMK Teknologi Karawang Melalui Pelatihan Adobe Photoshop. *Jurnal Abdimas: Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(1). <https://doi.org/10.35969/abdimas.v1i1.90>
- Sunarya, P. A., Wardana, A. K., & Septiani, M. I. (2021). PERANCANGAN VIDEO IKLAN PADA PT. TINUSIA TRAVELINDO (TRAVELOKA). *MAVIB Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.33050/mavib.v2i1.1344>
- Syamsuri, Jefriyanto, W., Sudirman, Sukmawati, R., Herlina, R., Rezeki, U. S., ... Ramady, G. D. (2023). *MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS DIGITAL*.
- Veza, O., & Safira, E. (2020). Perancangan Video Iklan Promosi Di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle. *Engineering And Technology International Journal*, 2(3).
- Yudani, H. D. (2018). Perancangan Video Iklan Destination Branding Kabupaten Kediri. *Nirmana*, 17(1). <https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.22-29>
- Yuliana, D., & Alfiatin, R. (2023). *Peningkatan Nilai Agama dan Moral pada Raudhatul Athfal Ibnu Kholdun Al Hasyimi Melalui Pengembangan Video dengan Adobe Premiere Pro*.
- Yunita Setyaningsih. (2022). Pengertian Adobe Photoshop beserta sejarah, fungsi, tools, dst.