
MEDIA VIDEO IKLAN DENGAN TEKNOLOGI SISTEM CCTV SEBAGAI PROMOSI PADA PT. LAMJAYA INOVASI KOMPUTINDO

M. Puad Abdul Baqi^{*1}, Anita Restuintina², Brian Reega Pantarezi³

^{*1}Dosen Universitas Raharja, ^{2,3}Program Magister Universitas Raharja

Email: ^{*1}puad@raharja.info, ²anita.restu@raharja.info, ³brian.reega@raharja.info

Abstrak

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sudah semakin modern. Sebagian besar masyarakat hampir tidak terlepas dari penggunaan barang elektronik setiap harinya terutama yang terhubung dengan internet, yang berarti pertukaran suatu informasi saat ini dapat terjangkau hampir ke seluruh daerah. Penyebaran informasi dengan internet ada beberapa macam seperti teks, gambar, foto, suara, video dan audio visual. Dari berbagai macam tersebut yang paling efektif adalah menggunakan audio visual. Mengambil data dari informasi umum tersebut, dalam penelitian ini peneliti melakukan suatu perancangan media video iklan produk pada PT. Lamjaya Inovasi Komputindo, yaitu tentang teknologi sistem CCTV (Closed Circuit Television) sesuai bidang perusahaan sebagai promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat media promosi yang lebih menarik, efektif dan efisien. Sebelumnya media promosi yang digunakan adalah seperti website, pameran dan media video contoh dari CCTV secara langsung (demo video) yang di-upload di social media, tanpa adanya penjelasan informasi melalui audio dan instruksi untuk membuat calon customer menjadi lebih tertarik. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai salah satu manager pada divisi technical perusahaan. Hasil analisis memunculkan konsep video iklan dengan mengambil tema futuristic menggunakan aplikasi penunjang Adobe After Effects CC 2015 dan Adobe Premiere Pro CC 2015. Perancangan dilakukan dengan konsep produksi media, yang diantaranya ada preproduction, production dan postproduction. Hasil dari konsep video iklan yang dirancang ini dimanfaatkan untuk dapat meningkatkan minat dan target dari produk PT. Lamjaya Inovasi Komputindo.

Kata Kunci - Video Iklan, Teknologi CCTV, Promosi.

Abstract

The development of technology in Indonesia is now increasingly modern. Most of the community is hardly detached from the use of electronic goods every day especially those connected to the Internet, which means the exchange of information today can be affordable almost to the entire area. The spread of information with the Internet is some sort of such as text, images, photographs, sound, video and audio visuals. Of these kinds of the most effective is using audio visuals. Taking data from the general information, in this research researchers do a video media design advertisement product at PT. Lamjaya Innovation Computindo, which is about CCTV system technology (Closed Circuit Television) in accordance with the Company field As a promotion. The purpose of this research is to make promotional media more attractive, effective and efficient. Previously the media promotion used are such as website, exhibition and video media examples from CCTV directly (demo video) uploaded in social media, without any explanation of information via audio and instruction to make a prospective customer become more interested. The data collection process is conducted by interviewing one of managers on the company's technical division. The results of the analysis brought out the video advertising concept by taking a futuristic theme using Adobe After Effects CC 2015 and Adobe Premiere Pro CC 2015 supporting applications. The design is

done by the concept of media production, including preproduction, production and postproduction. The result of this designed advertising video concept is utilized to increase the interest and target of PT. Lamjaya Innovation Computindo product.

Keywords - Video Advertising, CCTV Technology, Promotion.

1. PENDAHULUAN

Penyebaran informasi pada media *internet* memiliki beberapa macam, diantaranya berupa teks atau tulisan, gambar atau foto, suara atau *audio*, *video* atau animasi dan *audio visual*. Dan penyebaran informasi yang paling efektif diantaranya adalah *audio video*. Karena akan hal itu suatu instansi atau perusahaan yang ingin meningkatkan nilai produknya, sangat diperlukannya suatu media *video* untuk menyebarkan informasi keunggulan yang dimiliki kepada khalayak umum yang lebih luas. PT. Lamjaya Inovasi Komputindo adalah perusahaan dibidang usaha keamanan teknologi informasi meliputi integrasi sistem CCTV (*Closed Circuit Television*) dan kontrol akses. PT. Lamjaya Inovasi Komputindo berdiri sejak tahun 2006 dan dalam penyebaran informasi produknya selama ini menggunakan media seperti *website*, pameran dan media *video* contoh dari CCTV secara langsung (*demo video*) yang di-*upload* di *social media*, tanpa adanya penjelasan informasi melalui *audio* dan instruksi untuk membuat calon *customer* menjadi lebih tertarik. Dan untuk memaksimalkan penyebaran informasi produknya supaya memiliki nilai lebih menarik, efektif dan efisien. Diperlukannya media *video* iklan yang menjelaskan produk unggulan yang dimiliki PT. Lamjaya Inovasi Komputindo.

2. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian memiliki tahapan yang harus di buat karna tahapan tersebut jika tidak dilakukan maka tidak akan jadi media video iklan.

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan pada PT. Lamjaya Inovasi Komputindo yang terletak di *Green Lake City* Rukan Sentra Niaga Blok N19, Kel. Duri Kosambi, Kec. Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta untuk pengambilan data yang diperlukan untuk perancangan media promosi dan informasi melalui pengamatan dan membuat pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang telah diteliti dengan tujuan secara langsung.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan orang yang akan diwawancarai, memperoleh informasi dan gambaran mengenai media penunjang promosi dengan jelas seperti apa yang diinginkan oleh PT. Lamjaya Inovasi Komputindo.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data-data berupa teori, mempelajari dan memahami buku-buku diktat. Penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akurat berdasarkan pada buku-buku, jurnal dan media tertulis lainnya yang berkaitan dengan penulisan Laporan Skripsi konsentrasi *Multimedia Audio Visual and Broadcasting* (MAVIB) sebagai panduan secara teoritis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Pengertian Media

Menurut Hujair A.H. Sanaky (2015 : 3). Media berasal dari bahasa latin "*medium*" dan secara harfiah berarti "perantara atau pengantar". Media berarti alat yang dapat digunakan sebagai pengantar atau perantara pesan atau informasi. Secara lebih khusus media adalah alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dalam pembelajaran.

Pengertian Video

Menurut Desy Apriani, dkk. (2018 : 202), Video merupakan teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital.

Pengertian Periklanan

Mempromosikan suatu produk agar di kenal masyarakat.

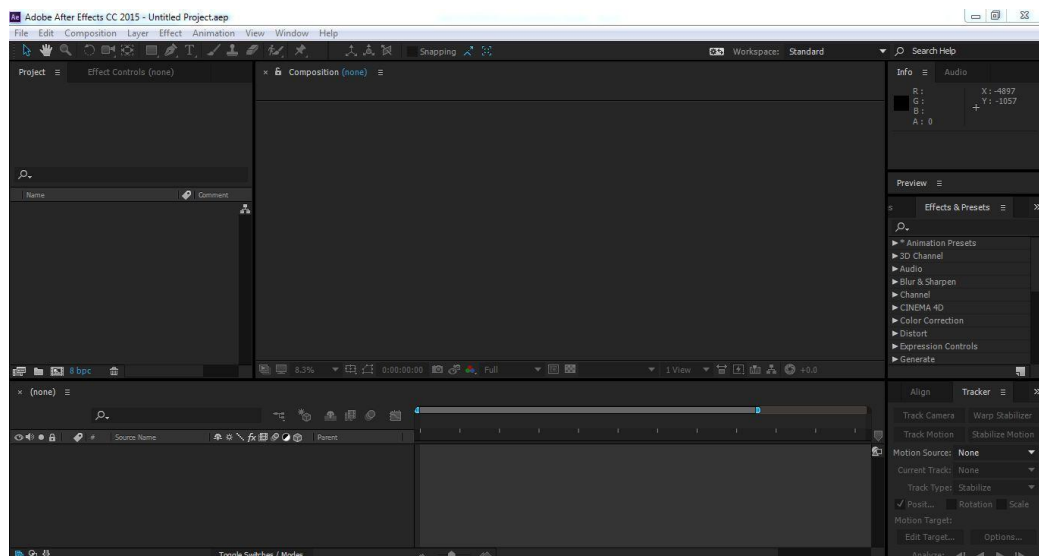
Pengertian CCTV

Budi Cahyadi, alat untuk merekam gambar atau suara.

Konsep Dasar Aplikasi Penunjang Iklan

1. Adobe After Effects CC 2015

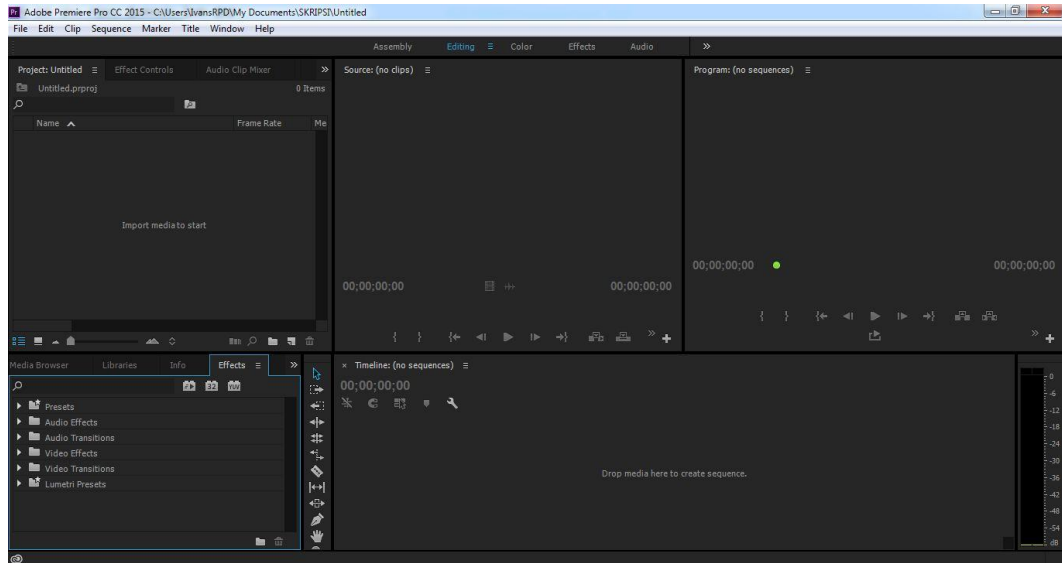
Untuk mengedit dan membuat efek khusus untuk *video*.



Gambar 1 Adobe After Effects CC 2015

2. Adobe Premiere Pro CC 2015

Gregorius Agung, *Adobe Premiere Pro* digunakan untuk meng-edit video utuh berdurasi panjang.

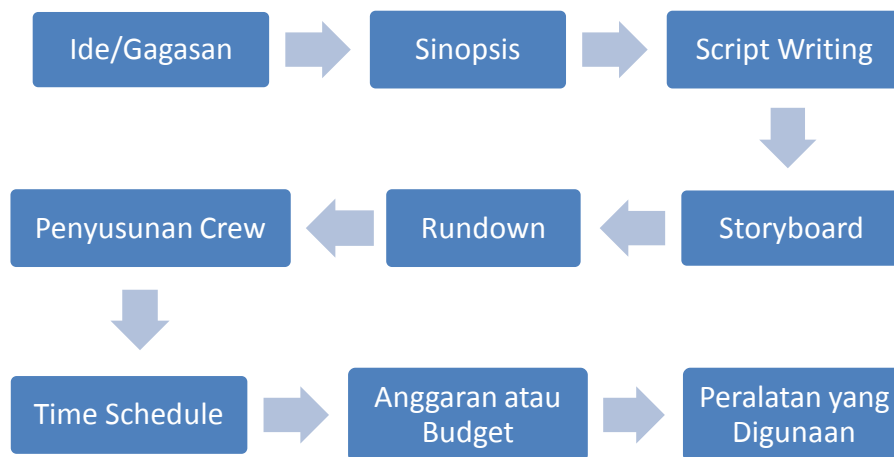


Gambar 2. *Adobe Premiere Pro CC 2015*

Tahapan Produksi *Audio Visual*

1. Pre-Produksi

Merupakan proses awal suatu karya atau *project video* yang akan kita mulai yaitu ide, perencanaan, dan persiapan dari konsep produksi media.



Gambar 3. *Preproduction*

2. Produksi

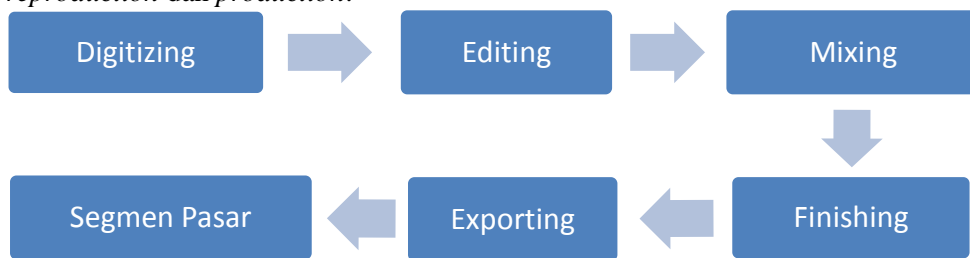
Merupakan proses yang sudah memasuki tahap penyusunan dan penyuntingan yang menghasilkan sebuah *project video*.



Gambar 4. Tahapan Produksi

3. Post-Produksi

Merupakan langkah terakhir diantara tahapan tahapan yang dibuat sebelumnya, yaitu *preproduction* dan *production*.



Gambar 5. Post Produksi

Storyboard

Scene 1- EXT /Medium Close Up/Day



Menampilkan *video* kamera
CCTV

Gambar 6.

Scene 2



Menampilkan animasi
motion graphic CCTV

Gambar 7.

Scene 3



Gambar 8.

Menampilkan animasi *text*
"Keamanan"

Scene 4



Gambar 9

Menampilkan animasi *text*
"Keselamatan"

Scene 5



Gambar 10.

Menampilkan animasi *text*
"Aktifitas"

Scene 6

EXT/Extreme Long Shot/Day



Gambar 11.

Menampilkan *videodari*
berbagai gambar CCTV

Scane 7

EXT/Extreme Long Shot/Day



Gambar 12.

Menampilkan *video* tampilan layar dari berbagai gambar CCTV serta animasi *text* “Tidak Mungkin”

Scane 8



Gambar 13.

Menampilkan animasi *logo* PT. Lamjaya Inovasi Komputindo serta animasi *text* “Solution”

Scene 9



Gambar 12.

Menampilkan animasi *logo* penutup PT. Lamjaya Inovasi Komputindo

LITERATURE REVIEW

1. Ely Purnawati, "Perancangan Multimedia Periklanan dengan Sinematografi guna Publikasi Program". *video* iklan cara penilaian dengan menggunakan responden dengan teknik sinematografi.
2. Dede Nuriman dan Dwi Yuli Prasetyo, "Media Iklan Promosi Animasi 2 Dimensi". Pentingnya pendidikan tentu sudah menjadi sesuatu yang harus ditempuh agar terciptanya SDM yang berkualitas dan berilmu pengetahuan. Universitas Islam Indragiri didirikan untuk memberikan kesempatan masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan setelah lulus dari sekolah menengah atas.
3. Al Lukman Arif Prayoga, dkk, "Perancangan Iklan TVC Perumahan Cerme Square Residence dengan Teknik Animasi 3D Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness". Konsep "Lives" ini akan muncul sebelum kampanye media yang tidak memiliki konsep atau tidak memiliki konsep seragam yang menyebabkan tingkat kesadarannya rendah. Konsep "Lives", bertujuan untuk menciptakan area yang memiliki kehidupan, kegiatan dan acara.
4. Giandari Maulani, dkk., "Video Iklan Perguruan Tinggi Raharja Sebagai Media Promosi". Agar asyarak lebih mengenal lagi dengan adanya video iklan tersebut.
5. Agus Saepul Rohman, "Iklan Layanan Masyarakat Mempromosikan Seni Ketangkasan Adu Domba". Masyarakat lebih mengetahui tentang seni ketangkasan.

4. KESIMPULAN

1. Media promosi yang digunakan pada PT. Lamjaya Inovasi Komputindo sebelumnya, yaitu berupa *website*, pameran dan *video* contoh dari CCTV secara langsung (*demo video*) yang di-*upload* di media sosial seperti *Youtube*, dan kurangnya penjelasan informasi melalui *audio* dan instruksi untuk membuat calon *customer* menjadi lebih tertarik.
2. Media *video* iklan merupakan media yang cukup tepat dan mudah untuk mempromosikan produk teknologi sistem CCTV pada PT. Lamjaya Inovasi Komputindo, di dalamnya dapat menjelaskan teknologi sistem CCTV tersebut berjalan dan manfaat yang didapatkan jika menggunakan produk tersebut melalui *visual*, *audio* dan *dubbing* dalam penyampainnya.
3. Perancangan media *video* iklan ini dibuat menarik dengan mengambil tema *futuristic* dan menggunakan tampilan berbentuk *hologram* dan *head-up display* pada sebagian isi *video*, ditambah beberapa efek suara untuk mendukung tampilan animasi. Efektif dan efisien menggunakan *audio* dan *dubbing* untuk dapat memperkuat penjelasan informasi pada setiap isi tampilan *video*.

5. SARAN

1. Peneliti berharap PT. Lamjaya Inovasi Komputindo dapat memperkenalkan keunggulan produknya lebih luas melalui media promosi dan informasi seperti media cetak berbentuk brosur dan katalog ataupun elektronik berbentuk *e-book* yang dibagikan melalui *internet*.
2. Disarankan pada PT. Lamjaya Inovasi Komputindo dapat aktif melakukan promosi menggunakan media sosial ataupun dapat membuat konten *video* baik perkenalan ataupun promo yang sesuai dengan bidang perusahaan, agar para calon *customer* selalu merasa lebih dekat dan diperhatikan.
3. Peneliti berharap perancangan media *video* iklan ini akan ada penelitian dan pengembangan selanjutnya menyesuaikan dengan informasi yang telah *update* dan penyajian yang lebih menarik *audience*. Sehingga jumlah calon *customer* setiap tahunnya bisa semakin bertambah sesuai target yang diinginkan oleh PT. Lamjaya Inovasi Komputindo.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agung, Gregorius. 2018. **Adobe After Effects Komplet**. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- [2] Apriani, Desy. Rosdiana. Asriyani. 2018. **Sarana Promosi Dan Informasi Sebagai Video Profile SmkYuppentek 2 Curug Kabupaten Tangerang**. **Journal Cyberpreneurship Innovative and Creative of Exact and Social Science**. Tangerang : STMIK Raharja. Vol.4. No.2.
- [3] Cahyadi, Budi. 2014. **Home Security Membuat Webcam sebagai CCTV melalui Smartphone Android**. Yogyakarta : Andi Publisher.
- [4] Hidayat, Wahyu. Riri Mahmuriyah. **Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi**. **Journal SENSI**. Tangerang : STMIK Raharja. Vol. 2. No. 2.
- [5] Hidayat, Yayat Rahmat. Dina Dwirayani. Ismail Saleh. 2019. **Kajian Penerapan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha tani Mangga Gedong Gincu (*Mangifera Indica L.*) (Studi Kasus Di Wilayah Kabupaten Majalengka Dan Kabupaten Cirebon)**. **Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis**. Malang : Universitas Brawijaya. Vol. 3. No. 1.
- [6] Nuriman, Dede. Dwi Yuli Prasetyo. 2017. **Iklan Media Promosi Unisi Berbasis Animasi 2 Dimensi**. **Jurnal Sistemasi**. Riau : Universitas Islam Indragiri. Vol. 6. No. 3.
- [7] Prayoga, Al Lukman Arif. Muh Bahruddin. Dhika Yuan Yurisma. 2016. **Perancangan Iklan TVC Perumahan Cerme Square Residence dengan Teknik Animasi 3D Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness**. **Jurnal Art Nouveau**. Surabaya : STIKOM Surabaya. Vol. 5. No. 2.
- [8] Purnawati, Ely. 2016. **Perancangan Periklanan Multimedia dengan Teknik Sinematografi untuk Program Publikasi (Studi Kasus: Disporabudpar Kabupaten Banyumas)**. **Jurnal Ilmiah Telematika**. Purwokerto : STMIK Amikom Purwokerto. Vol. 9. No. 1.

- [9] Rohman, Agus Saepul. 2017. **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mempromosikan Seni Ketangkasan Adu Domba. Jurnal Sketsa.** Bandung :Universitas BSI. Vol. 4. No. 2.
- [10] Sanaky, Hujair A.H.. 2015. **Pembaruan Pendidikan Islam :Paradigma, Tipologi, dan Pemetaan Menuju Masyarakat Madani Indonesia.** Jogjakarta: Kaukaba Dipantara.
- [11] Sukarno, Iman Satriaputra.Pindi Setiawan. 2014. **Perancangan Motion Graphic Ilustratif Mengenai Majapahit Untuk Pemuda Pemudi. Jurnal Tingkat Sarjana Senirupa Dan Desain.** Bandung :InstitutTeknologi Bandung. Vol. 3. No. 1.