

# PROMOSI WATER WORLD CITRA RAYA TANGERANG BERBENTUK IKLAN VIDEO

Syafnidawati<sup>\*1</sup>, Eldy AUFAR Mahardhika<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Komputerisasi Akuntansi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja,

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

Email : <sup>\*1</sup>[syafnidawati@raharja.info](mailto:syafnidawati@raharja.info), <sup>2</sup>[eldy@raharja.info](mailto:eldy@raharja.info)

## Abstrak

*Iklan merupakan salah satu elemen penting dalam bauran promosi, perusahaan harus mendesain iklannya agar tujuan komunikasi dan promosi yang dilakukan bisa tercapai. Iklan bagian dari pesan didalam komunikasi, untuk cara berkomunikasi sebuah jenis usaha menggunakan proses komunikasi dengan cara lisan atau tidak secara lisan tergantung media yang digunakan. Slogan penamaan usaha digunakan informasi hiburan kepada konsumen. memiliki arti menggambarkan usahanya. Karena itu peneliti mengajukan dua pertanyaan penelitian. Yaitu 1) bagaimana usaha iklan-iklan, dan 2) apakah karakteristik sebuah iklan-iklan usaha ini. Berdasarkan temuan itu, bahwa setiap slogan memiliki arti makna dan ciri yang berbeda. Setiap menggunakan secara tidak langsung yang mendominasi dalam setiap iklan.*

**Kata kunci :** Media, Video Promosi, Informasi.

## Abstract

*Advertising is one of the key elements in the promotion mix, the company has to design its ads so that the communication and promotion objectives can be achieved. Advertisement part of the message in communication, for how to communicate a type of business using the communication process in a verbal or not verbal manner depending on the media used. Business naming Slogan used entertainment information to consumers. The meaning of his farming. The researcher therefore asked two research questions. That is 1) how the advertising efforts, and 2) whether the characteristics of a business advertisements. Based on that, it has a distinct meaning and characteristic of it. Any indirect use that dominates in each ad.*

**Keywords:** Media, Videopromotions, information.

## 1. PENDAHULUAN

Iklan merupakan media yang dipakai perusahaan dengan tujuan mengingatkan, membujuk dan memberi informasi. Selain itu iklan sebagai sarana memperkenalkan produk baru terutama kepada konsumen yang sesuai dengan sasaran. Dengan kata lain seperti awal mula pemasaran produk baru tersebut. Periklanan dapat dilakukan dengan melalui beberapa media, seperti media elektronik televisi. Dengan media ini pesan iklan dapat tersampaikan dalam bentuk visual, audio, dan gerak. Melalui media televisi, iklan akan mudah tersampaikan kepada konsumen. Iklan terbagi menurut golongan dari usia, dari segi usia dewasa terdiri dari usia di atas 55 tahun, 35 – 45 tahun, dari segi pendidikan terdiri dari universitas sampai sekolah dasar, dan sisanya tidak di kategorikan yaitu anak – anak. Dari segi usia tersebut pengiklan produk harus menentukan intensitas iklan terhadap sasaran yang dituju. Melihat akan pentingnya pemilahan usia akan iklan, produsen benar-benar harus mempertimbangkan akan tepatnya iklan sesuai tepat sasaran. Sehingga mempengaruhi perkembangan industri teknologi dengan adanya hal tersebut beberapa pakar baik dibidang teknologi, ekonomi, maupun bidang lainnya dituntut memberikan yang lebih baik. Pakar bidang olahraga menjawab masalah akan kebutuhan kesehatan manusia dengan meningkatkan aktivitas fisik melalui konsep yang menarik. Kelebihan dari penelitian tersebut terdapat animasi yang beda dari projek yang lain sehingga dapat membuat tertarik pengunjung. Konsep yang di gunakan dalam pembuatan projek tersebut dengan menggunakan animasi yang sangat menarik sehingga para calon customer tertarik.

## 2. METODE PENELITIAN

1. Observasi  
melakukan observasi di tempat penelitian yaitu di water world citra raya, untuk mengumpulkan data proses penyusunan laporan penelitian.
2. Wawancara  
Dengan melakukan wawancara atau Tanya jawab dengan narasumber atau atekholder yang terlibat langsung dalam materi pembahansan ini.
3. Studi Pustaka  
Diperoleh dari berbagai sumber seperti buku-buku, jurnal, dan media tertulis lain yang berhubungan dengan topic penelitian.

### **Pengertian Strategi Pemasaran**

“strategi fungsi - fungsi ke tangan konsumen akhir, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran .”

### **Pengertian Media**

“Media untuk menyimpan melalui pesan kepada masyarakat menggunakan komunikasi grafis.”.

### **Pengertian Multimedia**

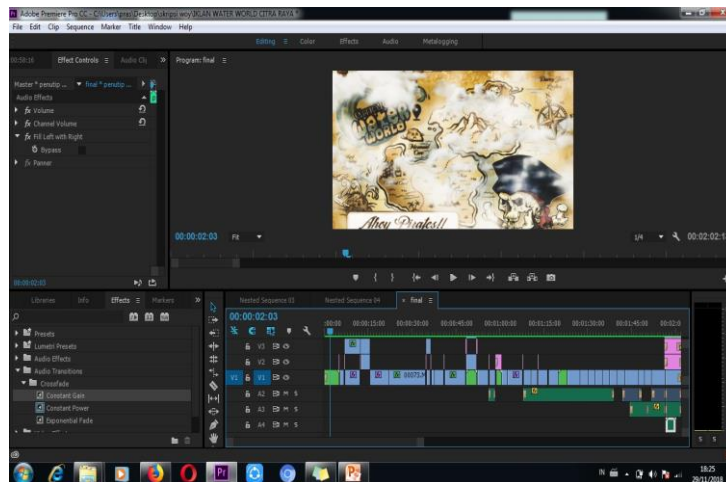
“Perpaduan antara berbagai media yang ada agar penyampaian dapat tercapai.

### **Pengertian Iklan**

“Medium iklan media yang akan di terrima melalui hasil karya iklan tersebut”.

### **Adobe Premie pro CC 2015**

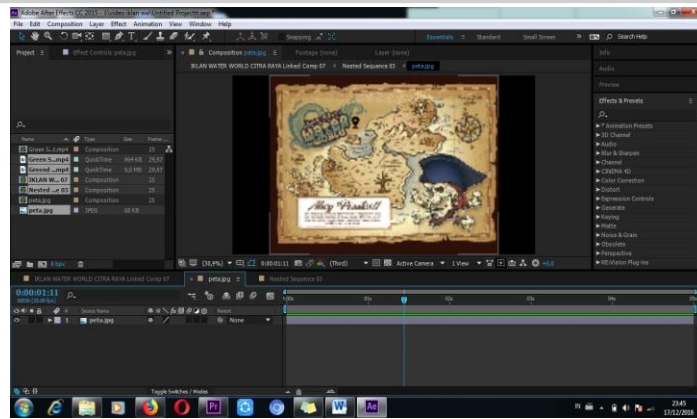
“*Adobe Premiere* merupakan aplikasi untuk membuat karya audio visual yang menarik sehingga dapat di nikmati oleh masyarakat”.



Gambar 1. *Adobe Premie pro CC 2015*

### **Adobe After Effect CC 2015**

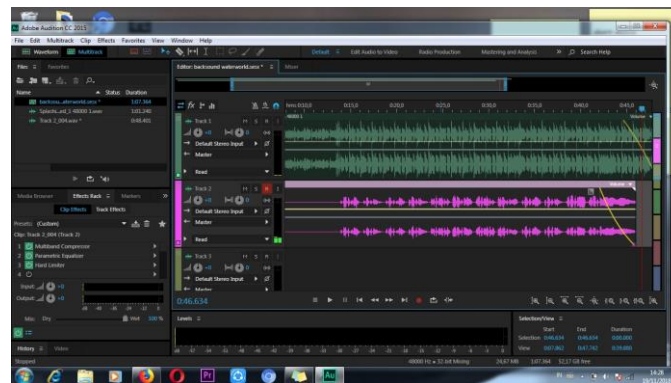
Merupakan aplikasi menggunakan animasi biasanya untuk bumper opening.



Gambar 2. Adobe After Effect CC 2015

### Adobe Audition CC 2015

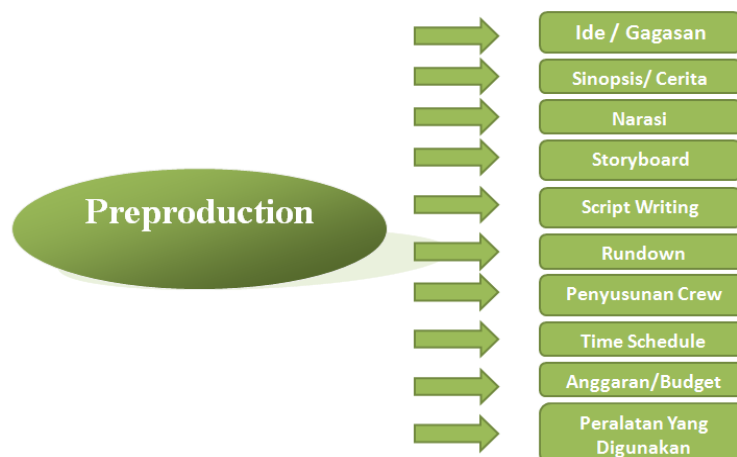
Aplikasi multimedia untuk mengolah file audio. Adobe Audition adalah multitrack digital audio recording, editor, dan mixer yang mudah digunakan serta memiliki berbagai fasilitas pengolahan audio”.



Gambar 3. Adobe Audition CC 2015

### Pra Produksi

*Preproduction* merupakan tahap awal dimulai dengan menetapkan ide atau konsep dan melakukan perancangan mengenai kebutuhan dari proyek video yang akan dibuat. Dibawah ini adalah rangkaian dalam *preproduction*:



Gambar 4. Tahapan Pra Produksi

### Storyboard

Scene 1 Ext/ Peta / Full Shoot



**Peta menuju *Water World Citra Raya Tangerang***

**Gambar 5.**

*Scene 2 Ext /gurun/Siang/Long Shoot*



**Bajak laut pusing kepanasan  
butuh air**

**Gambar 6.**

*Scene 3 Ext/ Gunung/ MS*



**Bajak laut menemukan peta  
bertujuan ke water dan  
membayakannya air**

**Gambar 7.**

*Scene 4 Ext /Gunung / LS*



**Bajak laut menuju *Water***

**Gambar 8.**

*Scene 5 Ext /Peta /FS*



**Gambar 9.**

**Peta perjalanan menuju *Water World Citra Raya Tangerang***

Scene 6 *Ext / Jalan / FS*



**Gambar 10.**

***Bajak Laut berjalan di pinggir jalan raya***

Scene 7 *Ext / Kolam Renang / FS*



**Gambar 11.**

***Water World Citra Raya Tangerang***

Scene 8 *Ext / Kolam Renang / MS*



**Gambar 12.**

***Bajak Laut membuka peta memastikan bahwa tujuannya benar***

Scene 9 *Ext / Kolam renang / FS*



**Gambar 13**

***Bajak laut bergegas ingin berenang***

Scene 10 *Ext / Kolam Renang / LS*



**Gambar 14**

**Bajak laut menikmati kolam arus  
di atas ban**

Scene 11 *Ext /Water World/Siang /Full Shoot*



**Gambar 15.**

**bajak laut menuruni anak tangga  
membawa ban dan bergegas  
menikmati wahana lainnya**

Scene 12 *Ext /Kolam Renang / FS*



**Gambar 16.**

**Keseruan bajak laut setelah  
mencoba *Power Slider***

Scene 13 *Ext /Kolam Renang / FS*



**Gambar 17**

**Pemandangan/ *Area Monkey  
Island Kiddy Pool***

Scene 14 *Ext /Kolam Renang / FS*

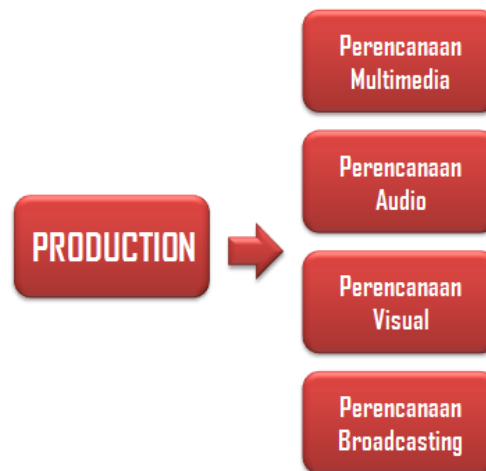


**Gambar 18**

**Logo dan kontak *Water World  
Citra Raya Tangerang***

### ***Production***

Tahap Awal Sebelum mengerjakan projek, Atau merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.



**Gambar 19 Tahapan Produksi**

### ***Post production***

*postproduction* merupakan tahapan *finishing* dari sebuah karya suatu *project* menjadi video yang telah utuh dan siap untuk di perlihatkan ke masyarakat.



**Gambar 20 Post Production**

## ***3. LITERATURE REVIEW***

1. Penelitian yang dilakukan oleh Devi Farela dan Gede Sri Darma (2014), “**celebrity endorser, daya tarik iklan, brand awareness dan brand attitude**”. Penelitian ini menggunakan analisis SEM. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Undiknas University Denpasar. Sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 124 orang yang pernah melihat tayangan iklan provider XL versi NOAH di televisi dengan Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling yaitu accidental sampling
2. Penelitian yang dilakukan M Refky Herdanu (2017) dari Universitas Lampung. Penelitian ini membahas tentang “**Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Produk Susu Anlene**”

---

**Pt Fonterra Brand (Studi Di Bandar Lampung).**” Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah iklan televisi berpengaruh terhadap minat beli produk susu anlene di Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan televisi terhadap minat beli pada produk susu anlene di Bandar Lampung.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Verantika Ayuning Putri.A (2017) yang berjudul **“Pengaruh Iklan Televisi, Iklan Online Dan Iklan Cetak Terhadap Kesadaran Merek”**. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala interval dengan menggunakan sampel sebesar 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan metode purposive sampling dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

#### 4. KESIMPULAN

Mengembangkan penelitian mengenai variabel bebas lain yang akan diteliti dalam melihat pengaruhnya terhadap kesadaran merek dan dapat memperluas daerah yang diteliti sehingga hasil yang dicapai lebih optimal. Melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar yang dapat mewakili populasi, sehingga akan lebih menambah konsistensi hasil penelitian ini. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain diluar model penelitian ini. Sehingga dapat memberikan penjelasan mengenai teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran merek. Serta alangkah lebih baiknya peneliti selanjutnya meneliti mengenai efektivitas iklan dalam menumbuhkan kesadaran merek.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Istanto, 2016, **ANALISIS PEMASARAN KUBIS (*Brassica oleracea L. var. cagitata L*) DI SUB TERMINAL AGRIBISNIS (STA) JETIS KABUPATEN SEMARANG**, Universitas Diponegoro VOL. 12. NO.2. 2016. HAL 1-10, Universitas Diponegoro.
- [2] Maimunah. David Ericson Manalu dan Dian Budi Kusuma. 2017. **Perancangan Prototype Visual Pada Bagian Desain Sebagai Media Informasi dan Promosi Pada PT. Sulindafin**. Yogyakarta : STMIK AMIKOM Yogyakarta. Seminar Nasional Teknomedia 2017. ISSN : 2302-3805 : 37.
- [3] Rafika, A. S., Febriyanto, E., Syafa'ah, F., & Raharja, D. S. **PENGARUH METODE PEMBELAJARAN ILEARNING PADA KELAS INDEPENDENT STUDY TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DAN PENILAIAN**.
- [4] Darmawan Deni, Pipih Setiawati, Didi Supriadie, Muthia Alinawati 2017, **PENGGUNAAN MULTIMEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS ENGLISH SIMPLE SENTENCES PADA MATA KULIAH BASIC WRITING DI STKIP GARUT**, **PEDAGOGIA** : Jurnal Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia
- [5] Rafika, A. S., Putri, H. Y., & Widiarti, F. D. (2017). **ANALISIS MESIN PENCARIAN GOOGLE SCHOLAR SEBAGAI SUMBER BARU UNTUK KUTIPAN**. CERITA Journal, 3(2), 193-205.
- [4] Reddy, Vinutha H and Chhaya S.Pawar. 2015. **Moving Object Detection in Compressed Domain of HEVC for Video Surveillance**. India : New Delhi. *International Journal of Research in Advent Technology*. E-ISSN: 2321-9637. Vol.3 No.3. 21