

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Latihan di luar ruangan yang dikenal sebagai kegiatan "outbound" dirancang untuk menilai dan mengembangkan kemampuan individu serta kerja tim. Latihan-latihan ini sering digunakan dalam program pelatihan karyawan untuk mendorong pertumbuhan tim dan individu. Kegiatan penjangkauan untuk menyediakan lingkungan pendidikan yang menyenangkan dan menarik. PT Cakrawala Hadi Dinamika merupakan suatu usaha yang memberikan pelayanan terkait pengembangan sumber daya manusia. Penawaran perusahaan meliputi pelatihan, acara, kumpul-kumpul, pertemuan, dan berbagai aktivitas lainnya. PT Cakrawala Hadi Dinamika telah memilih materi iklan yang sangat sesuai dengan kemajuan zaman agar tetap kompetitif. Saat ini, media promosi sangat penting untuk keberhasilan sebuah bisnis. Karena banyaknya media yang tersedia untuk promosi barang dan jasa. Salah satu cara komunikator menjangkau masyarakat dengan menyampaikan pesannya adalah melalui media promosi. (Prawiradilaga, Dewi Salma (2012)). Salah satu produk media yang sebaiknya Anda buat adalah film promosi karena merupakan salah satu jenis media promosi yang dapat membantu meningkatkan pengenalan merek. Sebagaimana dikemukakan dalam Rusman dkk. 2014: 18. (Arsyad, 2004: 36). Karena PT Cakrawala Hadi Dinamika belum pernah menggunakan media video promosi untuk pemasaran, hal tersebut menjadi alasan pemilihan media video promosi. Selain itu, teknologi dan internet saat ini mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari. Oleh karena itu, desain video promosi lebih tepat digunakan pada situs media seperti YouTube dan Instagram.

Di era digital, video saat ini muncul sebagai salah satu media yang paling populer. Video adalah rangkaian gambar bergerak dengan bantuan suara yang menciptakan satu kesatuan yang kohesif yang kemudian dijalin menjadi sebuah cerita yang berisi pesan. Dalam banyak aspek kehidupan kita, video sangat diperlukan. dimulai dari bisnis dan pendidikan. Video adalah alat pembelajaran

yang sangat ampuh di sekolah. Animasi digital, suara, dan visual semuanya dapat digunakan untuk menyampaikan informasi ketika menggunakan materi pembelajaran berbasis video (Ronchetti, 2010). Video adalah alat yang sangat ampuh di sektor bisnis untuk pemasaran dan komunikasi dalam memperkenalkan barang dan jasa kepada masyarakat umum dan target pasar perusahaan. Tjiptono (2008:219) mengartikan promosi sebagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan, mempengaruhi dan memperluas sasaran pasar hingga mencakup tingkat perusahaan atau barangnya.

Diperlukan solusi yang dapat mengikuti kemajuan zaman modern guna menghadapi tantangan yang muncul. Cara terbaik untuk mengatasi masalah ini adalah melalui film promosi dan komponen media promosi lainnya, seperti poster dan pakaian. Video untuk promosi akan diposting di media sosial khususnya Instagram dan YouTube. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) mendefinisikan media sosial sebagai jenis media yang digunakan pengguna untuk mengkomunikasikan informasi dengan bisnis atau individu lain menggunakan teks, foto, suara, dan video. (M Nisrina 2015:137) menyatakan bahwa Instagram menjadi aplikasi yang semakin populer untuk mengunggah gambar dan video..

1.2 Identifikasi Masalah

1. Belum terciptanya brand awareness pada PT Cakrawala Hadi Dinamika dan Belum adanya media promosi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan PT Cakrawala Hadi Dinamika

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana merancang brand awareness yang menarik dan Menghibur sebagai alat promosi untuk PT Cakrawala Hadi Dinamika?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan diteliti dalam tugas akhir ini yaitu :

- a. Merancang video promosi company profile untuk PT Cakrawala Hadi Dinamika
- b. Media placement video diletakan pada *Youtube*, *Instagram* dan Website perusahaan.
- c. Membuat media pendukung Poster, brosur dan merchandise

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam perancangan tugas akhir ini terdapat beberapa manfaat, Yaitu:

1. Siswa akan menemukan keuntungan teoritis dari desain instruktif ini ketika mereka mempelajari cara membuat media promosi.
2. Keunggulan yang realistis memberikan rincian tentang produk PT Cakrawala Hadi Dinamika sehingga diketahui oleh target pasar atau masyarakat umum..

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup uraian latar belakang, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penugasan akhir, manfaat, dan pendekatan metodologis dalam penyusunan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memuat landasan teori yang terdiri dari teori utama dan teori pendukung yang berkaitan dengan topik Tugas Akhir, serta kajian literatur hasil penelitian terdahulu mengenai pokok bahasan tersebut.

BAB III METODOLOGI DESAIN

Meliputi bahasan mengenai metode penelitian yang digunakan. Pencarian data dan hasil perolehan data. Data yang dikumpulkan Digunakan untuk memecahkan masalah penelitian.

BAB IV STRATEGI KREATIF

Mencakup diskusi tentang deskripsi strategi desain yang sesuai, termasuk strategi kreatif, strategi media, grafik, dan hasil desain dari proyek yang telah selesai.

BAB V PENUTUP

Mencakup deskripsi pengurangan akhir yang dibuat dari hasil desain. Selain rekomendasi dan masukan dari pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan Tugas Akhir.

