

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia adalah sektor elektronik dan kontraktor. Sektor tersebut berperan sebagai stimulus yang dapat memicu beberapa sektor ekonomi lainnya. Berupa penyediaan sarana dan prasarana yang dapat memperlancar roda perekonomian Indonesia. Perkembangan yang begitu pesat, membuat banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perlistrikan semakin pesat, ini mengakibatkan persaingan bisnin elektronik semakin berat. Agar tetap bisa bertahan dalam persaingan dan perkembangan tersebut, diperlukan strategi bersaing dan model bisnis yang jelas. Strategi bersaing merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan dalam bersaing agar tetap bisa bertahan atau memenangkan sebuah pasar dengan cara memberikan keunggulan - keunggulan, menganalisis kompetitor, serta melakukan strategi pemasaran yang efektif. (Yuvita Agustiar Ningsih dan Eko agus basuki oemar, 2021).

Salah satu bagian dari strategi pemasaran adalah promosi. Promosi adalah proses pemberian informasi, mempengaruhi target pasar dan sebagai reminder akan jasa atau produk yang bisa diterima dan dibeli oleh pasar. Strategi promosi sendiri memiliki tiga sifat yaitu komunikatif, insentif dan mengundang atau mengajak. Komunikatif dalam memberi

informasi dan menarik perhatian target. Insentif untuk mempengaruhi pelanggan melalui keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan.

Perkembangan jaman menuntut manusia untuk selalu berkembang dalam berbagai bidang, termasuk dalam pembuatan promosi perusahaan yang beraneka ragam, salah satu cara promosi yang dapat diandalkan saat ini adalah melalui media. media merupakan alat yang dapat memberikan suatu informasi untuk masyarakat luas. Saat ini salah satu media yang cukup populer dikalangan masyarakat adalah video yang dapat memberikan informasi secara audio dan visual dimana masyarakat melihat (menonton) dan atau mendengarkan informasi yang akan disampaikan secara menarik. Masyarakat tidak lagi harus membaca ataupun bersusah payah mencari informasi mengenai suatu hal dalam sebuah artikel atau koran. Hal ini menjadi salah satu peluang yang digunakan para pembisnis dalam mengenalkan dan memasarkan produk atau jasa perusahaan mereka kepada masyarakat luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan multimedia, metode pemasaran yang efektif dan efisien juga mengalami perubahan. Harus di akui bahwa pemasaran dan promosi melalui digital menjadi alternatif pilihan yang sangat efektif. Media digital seperti video dan infographic telah menjadi pilihan yang banyak dipilih para pembisnis untuk memberikan informasi menarik seputar perusahaan mereka kepada masyarakat. Hal ini tentu saja bukan tanpa alasan mengingat perkembangan jejaring sosial dan komunikasi digital mengalami perkembangan yang pesat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan seorang

pembisnis dalam memberikan informasi seputar perusahaannya yakni melalui metode pemasaran menggunakan Video Promosi.

Video Promosi sangat bermanfaat dalam peningkatan dan penyebaran ekonomi industri kreatif bagi sebuah perusahaan. Video Promosi adalah salah satu media perusahaan yang berfungsi sebagai identity ketika menjalin relasi atau kerjasama dengan perusahaan lain. Video Promosi memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan business to business karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari Video Promosi sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga *Costumer* tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung.

Video Promosi merupakan pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai marketing *tool* yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat desain Video Promosi terlihat lebih menarik dan dapat membuat *Costumer* terkesan. Video Promosi yang kurang menarik akan menimbulkan keraguan bahkan kurangnya minat konsumen terhadap suatu perusahaan terutama penyedia jasa dan produk.

Masih banyak perusahaan yang belum mengenal atau mengaplikasikan teknik atau metode pemasaran menggunakan Video

Promosi, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui informasi seputar perusahaan secara menyeluruh, sementara Video Promosi merupakan salah satu sarana yang sangat penting dalam mempromosikan perusahaan salah satunya untuk perusahaan yang bergerak dibidang elektronik, yang mana dengan menggunakan teknik Video Promosi sebuah perusahaan dapat memberikan informasi seputar lokasi serta alat dan jasa yang disediakan pihak perusahaan ataupun sebagainya. Video Promosi juga bisa digunakan untuk mengiklankan perusahaan kepada masyarakat luas melalui media sosial yang dapat diakses oleh siapapun.

Video Promosi akan sangat membantu sebagai alat untuk meningkatkan *branding* dari profil perusahaan yang dibuat. Dengan begitu akan membuka potensi keuntungan bagi perusahaan dan juga bagi *costumer*. Media berupa Video Promosi tentu sangat dibutuhkan salah satunya oleh perusahaan yang bergerak di bidang penyedia barang dan jasa saat ini, apalagi di perkotaan yang kompetisi antar perusahaan sangat signifikan. Diantaranya adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia barang dan jasa energi listrik.

PT. Hidayat Sumber Energi adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa pelaksana tenaga listrik energi baru dan terbarukan, penyedia alat dan barang elektronik serta penyedia jasa kontraktor, yang berlokasi di JL. Raya Kuranji Asri Komplek Anai Lestari Nomor E1 Kelurahan Kuranji, Kecamatan Kuranji Kota Padang.

PT. Hidayat Sumber Energi merupakan perusahaan yang

menyediakan jasa pemasangan listrik untuk seluruh kalangan masyarakat mulai dari penggunaan rumah tangga, sekolah, kampus, lembaga, bahkan perusahaan besar yang membutuhkan pemasangan listrik, serta PT. Hidayat Sumber Energi juga menyediakan alat-alat elektronik yang berkualitas tinggi.

PT. Hidayat Sumber Energi termasuk perusahaan yang cukup berkembang dengan kerjasama besarnya di beberapa instansi pemerintahan seperti gedung kepolisian, kampus terbesar di kota Padang, dan kompleks perumahan. Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan terhadap kualitas dan kuantitas perusahaan sangat berpengaruh terhadap konsumen yang datang dan juga sangat berpengaruh terhadap eksistabilitas perusahaan.

Berdasarkan dari uraian permasalahan diatas. Maka penulis ingin melakukan perancangan Video Promosi sebagai bentuk alat komunikasi dan *branding* perusahaan dalam meningkatkan eksistabilitas perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam hal ini sebagai berikut :

1. Kurangnya akses informasi yang lengkap tentang profil PT. Hidayat Sumber Energi.
2. PT. Hidayat Sumber Energi berada di daerah kompleks yang memilikilah terbatas.
3. Belum adanya Promosi PT. Hidayat Sumber Energi dalam bentuk video.

4. Kurangnya promosi PT. Hidayat Sumber Energi melalui media sosial.
5. Masih diperlukannya relasi dan *Costumer* yang lebih luas agar eksistabilitas PT. Hidayat Sumber Energi tetap terjaga.

C. Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dijelaskan dalam laporan ini dibatasi menjadi duadiantaranya :

1. Belum adanya Video Promosi PT. Hidayat Sumber Energi yang dapat digunakan sebagai media promosi perusahaan.
2. Kurangnya promosi PT. Hidayat Sumber Energi melalui video yang dapat dilihat dan diakses oleh *costumer*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya ,makadiperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi merancang Video Promosi yang dapat menarik minat *Costumer* PT. Hidayat Sumber Energi ?.
- b. Bagaimana visualisasi Video Promosi yang dapat meningkatkan citra dan eksistabilitas visual PT. Hidayat Sumber Energi ?

E. Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Terciptanya Video Promosi yang dapat menarik minat *Costumer*

untuk memilih penyedia jasa dari PT. Hidayat Sumber Energi.

- b. Teerciptanya Video Promosi yang dapat menggambarkan citra baik dari PT. Hidayat Sumber Energi.

F. Manfaat Perancangan

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penyusunan tugas akhir ini adalah :

- a. Perancang
 - a. Sebagai prasyarat kelulusan Strata 1 Desain Komunikasi Visual.
 - b. Sebagai pelajaran yang dapat meningkatkan skill dan kemampuan dalam dunia DKV melalui strategi perancangan Video Promosi.
 - c. Perancang dapat mengaplikasikan disiplin ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dan membuat rancangan yang bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Bagi Masyarakat

Dapat membantu masyarakat dalam mencari informasi tentang penyedia barang dan jasa terkait energi listrik dan peralatan listrik di Kota Padang melalui perancangan video Promosi.
- c. Bagi Instansi
 - a. Hasil karya perancangan Video Promosi dapat menjadi dokumen dan sebagai literatur bagi mahasiswa lainnya.

- b. Menjadi bahan referensi dan kajian seterusnya yang akan di sempurnakan.
- c. Sebagai sumber acuan penulisan karya akhir bagi penulis lainnya.