

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi merupakan media untuk pengenalan, penawaran dan perbaikan. Dengan adanya media promosi masyarakat jadi mudah mengetahui informasi yang disampaikan. Pengenalan dan penawaran produk menjadi kunci tujuan utama media promosi. Kegiatan ini telah terbukti efektif dalam menyampaikan informasi secara online maupun offline. Hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan berbagai masyarakat yang lebih suka mendengar dan melihat daripada membaca informasi tersebut. Menurut data UNESCO, minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, hanya 0,001%. Artinya, dari 1,000 orang Indonesia, cuma 1 orang yang rajin membaca.[1]

Dengan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic di zaman sekarang dapat menambah daya tarik masyarakat dalam melihat media promosi. Live shoot merupakan teknik pengambilan secara langsung, sedangkan motion graphic penggabungan dari Ilustrasi, Tipografi dan Videografi dengan menggunakan teknik animasi [2].

RS JIH Solo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Rumah Sakit yang berletak di Solo. Begitu banyak pelayanan yang diberikan oleh RS JIH Solo seperti Minimally Invasive Surgery, THT Hearing Center, Mon and Kids Center, dan Trauma Center. RS JIH Solo juga memiliki pondasi yang kokoh agar pasien bisa mempercayai Rumah sakit ini. Pondasi tersebut seperti Tenaga medis yang professional, Peralatan medis yang lengkap, Rekam medis elektronik, 24 Jam emergency. Banyaknya layanan unggulan dan kelengkapan rumah sakit ini menjadikan rumah sakit ini salah satu rumah sakit yang dapat diandalkan oleh banyak pasien. Dalam metode promosi agar meningkatkan pengunjung pasien RS JIH Solo memerlukan video media promosi agar bisa mencapai jangkauan yang lebih luas dan dikenal oleh masyarakat luas.

Oleh karena itu, penulis melakukan pengujian dengan menggunakan media sosial TikTok, karena kesuksesan mutlak di Internet di dalam 2019, melebihi 1,5 miliar unduhan, melampaui Instagram dan bergabung dalam daftar aplikasi yang paling banyak diunduh dekade ini [3]. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan cara membuat Video Media Promosi berbasis Liveshoot dan Motion Graphic agar dapat mudah dipahami dan diolah oleh yang melihat informasi tentang MRI. Dalam pembuatan video ini diharapkan dapat menyebar luas ke masyarakat, mendapat informasi tentang MRI, dan menunjang pengunjung MRI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, maka masalah yang dapat disimpulkan adalah : Bagaimana membuat video media promosi untuk RS JIH Solo menggunakan teknik liveshoot dan motion graphic?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan penelitian ini, dapat dibatasi masalah kedalam hal hal yang lebih kecil.

1. Penelitian ini dilakukan di RS JIH Solo
2. Hasil video berupa company profile pada bidang MRI di RS JIH Solo
3. Data-data yang diperoleh langsung diambil dari RS JIH Solo
4. Video iklan dalam penelitian ini digunakan untuk RS JIH Solo dan diupload menggunakan social media.
5. Software yang digunakan untuk mengedit video adalah Adobe Premiere Pro, Adobe After Fx
6. Hasil video ini menggunakan teknik liveshoot dan motion graphic yang berdurasi 00:02:30:00.

7. Hasil dari penelitian ini berupa video yang akan diserahkan kepada RS JIH Solo selaku objek penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian seperti :

1. Membuat video media promosi berupa informasi tentang MRI di RS JIH Solo.
2. Memuat Visual FX menggunakan motion graphic agar video lebih menarik dan tidak datar.
3. Memberikan informasi keunggulan MRI di RS JIH Solo
4. Sebagai pengujian video promosi agar dapat melihat insight yang didapat setelah melakukan promosi terhadap video.
5. Dilakukan agar video dapat diperluas melalui media social TikTok agar warga Solo dapat mengenal RS JIH Solo.
6. Promosi yang dilakukan bertujuan agar RS JIH Solo mendapatkan website visit.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

1. Membantu pihak RS JIH Solo untuk memasarkan MRI kepada masyarakat luas melalui social media.
2. Membantu masyarakat untuk mengetahui informasi tentang RS JIH Solo.
3. Mendapatkan insight yang dapat dilihat dan di observasi setelah melakukan penelitian.
4. RS JIH Solo mendapatkan Exposure dan Website visit yang bertambah.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara, melakukan wawancara pada peneliti secara langsung kepada kepala RS JIH Solo.
2. Metode Observasi, melakukan observasi dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian yaitu RS JIH Solo.

3. Analisis SWOT, dilakukan analisis SWOT agar dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman yang ada di RS JIH Solo.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dapat di paparkan secara singkat sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN :

Dalam bab ini terdapat beberapa bagian seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II

Mengumpulkan landasan teori yang digunakan untuk membuat video media promosi. Dasar teori yang dikumpulkan seperti pengertian video, camera movement, pengertian motion graphic, unsur periklanan, serta perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan-tinjauan umum RS JIH Solo, dan menjelaskan tentang analisis yang dilakukan selama proses berlangsung. Perancangan yang dilakukan seperti membuat storyboard dan timeline pelaksanaan kegiatan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan melakukan penjelasan tentang implementasi video media promosi yang telah dirancang pada rancangan sebelumnya.

BAB V

Merupakan bab terakhir, yang berisi tentang kesimpulan dari hasil proses video media promosi ketika pelaksanaan kegiatan berlangsung. Serta saran untuk perbaikan video media promosi ini.