

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi mempermudah kita dalam mendapatkan informasi dari manapun. Adanya perkembangan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi perusahaan, instansi, dan jasa pelayanan dalam memasarkan produknya. Sebuah perusahaan, instansi, dan jasa pelayanan pasti memiliki cara untuk menggunakan media iklan masing-masing. Dengan iklan, maka sebuah layanan jauh lebih mudah dikenal masyarakat. Oleh karena itu beriklan sangatlah penting bagi perkembangan suatu layanan kedepannya. Tidak Ada kampanye yang sukses tanpa melakukan pengenalan atau iklan, dalam memasarkan produk atau layanannya, perusahaan harus berkreatifitas dan berinovasi agar dapat menarik perhatian audiens atau target yang dituju. Salah satu strategi pesan pemerintah untuk menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan iklan. Iklan yang dikeluarkan pemerintah ini lebih dikenal dengan istilah iklan layanan masyarakat (*public service advertising*), karena sifat iklan yang tidak berusaha mengejar keuntungan material. Iklan layanan masyarakat cenderung mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam program-program yang dicanangkan pemerintah (Runtiko AG, 2013).

Media promosi dengan menggunakan media sosial adalah hal yang tepat karena saat ini masyarakat tidak bisa lepas dengan *handphone* di era *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Penggunaan media massa *online* sebagai alat pemasaran jauh lebih murah dan efektif dibandingkan pemasaran dengan cara *offline*. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Audio visual atau video merupakan salah satu cara untuk mengenalkan produk baik itu jasa maupun barang melalui media digital karena video merupakan salah satu media komunikasi yang mudah untuk dicerna oleh siapa saja, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Video promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir (Terence A, 2003). Pemilihan audio visual atau video sebagai sarana untuk memasarkan sebuah layanan atau produk karena di era modern ini peminat konten video sangat banyak.

*Website* penerimaan tamu <https://penerimaantamu.jogjakota.go.id> merupakan *website* yang digunakan untuk melakukan reservasi secara *online* bagi yang hendak melakukan kunjungan ke Instansi Pemerintah Kota Yogyakarta. Menurut pihak Pemerintah Kota Yogyakarta selain mengikuti perkembangan teknologi saat ini, pembuatan sistem antrian dan reservasi *online* ini digunakan agar calon tamu dapat melakukan reservasi layanan sebelum hari pemeriksaan yang di inginkan.



Gambar 1.1 *Website* Penerimaan Tamu  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Konten audio visual video Iklan *Website* Penerimaan Tamu Pemerintah Kota Yogyakarta bercerita tentang seorang pegawai kantor yang datang ke Balaikota Kota Yogyakarta untuk melakukan pengajuan kunjungan kerja, namun setelah bertemu dengan pihak pegawai balaikota, pegawai tersebut diberitahu jika permohonan pengajuan kunjungan kerja wajib melalui *website* penerimaan tamu. Pihak balaikota menginginkan iklan untuk *website* Penerimaan Tamu karena layanan ini masih baru, sehingga masih banyak yang belum paham jika di saat ini permohonan pengajuan kunjungan kerja di Pemerintah Kota Yogyakarta harus melalui *website*. Hasil akhir dari karya audio visual video iklan ini akan digunakan sebagai pengenalan layanan baru di Pemerintah Kota Yogyakarta.

### **1.2 Fokus Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini adalah bagaimana peran seorang *Director Of Photography* dalam proses pembuatan video iklan layanan masyarakat *website* penerimaan tamu Pemerintah Kota Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan**

Tujuan membuat proyek video iklan ini sebagai pengenalan *website* penerimaan tamu kepada pihak-pihak atau instansi luar kota Yogyakarta yang hendak melakukan kunjungan ke Balai Kota Yogyakarta melalui media audio dan visual. Hal ini dikarenakan perubahan sistem yang mewajibkan semua tamu yang hendak melakukan kunjungan mengisi data secara dari melalui *website* kemudian pihak Balai Kota Yogyakarta akan memberi tanggapan terkait pengajuan apakah diterima atau tidak untuk berkunjung.

### **1.4 Manfaat**

Adapun manfaat yang dapat didapat dalam pembuatan proyek video iklan *website* penerimaan tamu Pemerintah Kota Yogyakarta.

#### **1.1.1 Manfaat Teoritis**

Dengan adanya skripsi karya yang dibuat oleh penulis, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memahami peran *Director Of Photography* dalam pembuatan video iklan mulai dari pra produksi, produksi, sampai pasca produksi, yang berupa pembuatan konsep iklan, pemilihan sudut pandang gambar atau *angle*, persiapan alat, proses produksi, editing, dan sebagainya.

### **1.1.2 Manfaat Praktis**

Video iklan website yang sudah penulis buat diharapkan dapat tersampaikan kepada pihak-pihak yang akan berkunjung ke Pemerintah Kota Yogyakarta diantaranya adalah mengisi data pemohon kunjungan, melengkapi Surat Perintah Perjalanan Dinas (SPPD) dan hadir tepat waktu serta berpakaian rapi atau formal.

