

PEMBUATAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI BITZROCKSHOP DISTRO PACITAN

Hendri Anzasmoro¹, Muga Linggar Famukhit², Dwi Rahayu³,

¹PI, STKIP PGRI Pacitan

Email: anzasimadez@gmail.com

²PI, STKIP PGRI Pacitan

Email: mugalinggar@gmail.com

³PI, STKIP PGRI Pacitan

Email: dwirahayu6537@gmail.com

ABSTRAK

Hendri anzasmoro. *Pembuatan Videografi Sebagai Media Promosi Bitzrockshop Distro Pacitan.* Pacitan: STKIP PGRI Pacitan, 2020

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan videografi sebagai media promosi Bitzrockshop Distro Pacitan dengan menyediakan informasi yang lengkap, kegiatan-kegiatan didalam perusahaan yang sesuai kenyataan, dan menyediakan *contact person* yang lengkap sehingga antara produsen dan konsumen saling berkomunikasi secara intensif dan membuat videografisebagai media promosi yang kreatif menarik. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan metode R&D (*Research and Developmen*).Subjek penelitian adalah Bitzrockshop distro di Pacitan. Metode pengumpulan datanya diperoleh dari observasi, pembuatan produk, dan angket. Teknik analisis data menggunakan:(1) Reduksi data, (2) Penyajian data, dan (3) Penarikan Kesimpulan. Hasil analisis data menyimpulkan bahwa: (1) Videografi promosi bitzrockshop distro Pacitan, dapat dikategorikan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk, dan (1) Hasil angket responden video promosi dapat disimpulkan bahwa videografi promosi yang dibuat tergolong baik dan layak digunakan di Bitzrockshop distro.

Kata Kunci: Videografi, Video Promosi, Distro, Branding.

ABSTRACT

Hendri anzasmoro. *Making Videography as a Media for Promotion of Bitzrockshop Distro Pacitan.* Pacitan: STKIP PGRI Pacitan, 2020

This research aims to create videography as a promotional media for Bitzrockshop Distro Pacitan by providing complete information, activities within the company that are in accordance with reality, and providing complete contact persons so that producers and consumers communicate intensively with one another and make videography as a creative promotional media. interesting. This research is a development study using the R&D (Research and Development) method. The subject of the research was the Bitzrockshop distro in Pacitan. Data collection methods were obtained from observation, product manufacture, and questionnaires. Data analysis techniques use: (1) data reduction, (2) data presentation, and (3) conclusion drawing. The results of the data analysis concluded that: (1) Promotional videography bitzrockshop Pacitan distro can be categorized as helping companies in promoting products, and (1) The results of questionnaire respondents of promotional video can be concluded that promotional videography made is quite good and suitable for use in Bitzrockshop distro.

Keywords: Videography, Promotional Video, Distro, Branding.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah mempengaruhi berbagai segi bidang kehidupan, di antaranya di dalam dunia bisnis. Banyak hal yang telah ikut berubah seperti perekonomian, pola kehidupan masyarakat (konsumen), maupun teknologi informasi yang merupakan bagian penting dalam aktivitas proses bisnis. Perkembangan teknologi semakin pesat dan tak terbendung lagi, hampir setiap aspek kehidupan sekarang ini sudah berhubungan dengan teknologi dan digital.Cara beriklan tak luput dari pengaruh pengembangan teknologi.Dengan berkembangnya dunia digital seperti Internet, membuat

semakin mudahnya suatu instansi untuk mempromosikan barang maupun jasa yang ditawarkan. Dengan mengeluarkan *cost* yang tidak banyak, informasi tersebut bisa di-*access* dari seluruh penjuru dunia.

Salah satu cara promosi yang cukup mampu membuat orang lain tertarik adalah dengan memiliki video promosi sebagai strategi dalam digital marketing di Indonesia. Sebuah video promosi telah sering digunakan sebagai media promosi bagi banyak perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka dan terbukti efektif. Misal dengan postingan di instagram dan media sosial lainnya sehingga merk produk yang anda jual akan mudah dikenal banyak orang.

Videografi bentuk video promosi ini dibangun dari sebuah konsep dan storyboard, disusun dari pengambilan gambar, grafik, yang dijelaskan melalui narasi yang dikomposisikan secara seimbang dengan *backsound*. Pada umumnya video promosi yang dibutuhkan untuk postingan instagram berdurasi 1 menit, sehingga pengkonsep harus benar-benar matang, artinya menyampaikan pesan yang jelas, dengan lebih sedikit tampilan hemat dalam durasi.

Berdasarkan Observasi saya usaha yang bergerak di bidang fashion seperti Bitzrockshop Distro Pacitan tentunya lebih memerlukan adanya Videografi dibandingkan perusahaan lain, oleh karena dengan Videografitersebut Bitzrockshop Distro Pacitan dapat menampilkan produk-produk yang ditawarkan, dan yang tidak kalah pentingnya dapat menampilkan produk-produk yang ada di distro tersebut. Permasalahan yang biasa menimpa sebuah usaha adalah masyarakat kurang mengenal terhadap produk-produk yang ditawarkan, maka konsep yang akan saya ambil dari penelitian ini adalah membangun media promosi usaha Bitzrockshop Distro Pacitan berupa Videografi yang bukan hanya memberikan informasi kepada masyarakat tetapi juga dapat memvisualisasikan secara menarik, dengan mengambil judul “Pembuatan Videografi Sebagai Media Promosi Bitzrockshop Distro Pacitan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif dengan pendekatan Pragmatik, digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam rumusan masalah. Sugiyono (2017: 14) memaparkan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik, hal tersebut dikarenakan penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah/natural setting disebut juga etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya. Sugiyono (2017: 14) disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya meliputi (a) observasi, peneliti dalam melakukan pengamatan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa sedang melakukan penelitian (Sugiyono 2014: 66), (b) angket, (Margono:2000:167-168) metode yang menggunakan sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang harus di isi oleh responden., (c) studi pustaka, yang dimaksudkan adalah semua jurnal penelitian yang berhubungan dengan penelitian. Sehingga jurnal yang dijadikan sebagai studi pustaka dapat bermanfaat untuk kemajuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Penelitian

Produk dalam penelitian ini adalah media promosi jasa atau iklan berupa videografi yang menggunakan *Adobe Premiere ProCC 2018* di *bitzrockshop distro* yang digunakan dalam membantu proses pemasaran produk-produk dari *bitzrockshop distro Pacitan*. Hasil produk yang dibuat menggunakan format *mp4* dengan tujuan untuk memudahkan pemilik *bitzrockshop distro Pacitan* apabila ingin memanfaatkan produk tersebut untuk media promosi atau digunakan sebagai bahan presentasi untuk para konsumen.

HASIL

Angket diberikan kepada konsumen sebanyak 10 orang yang ada di *bitzrockshop Pacitan* maupun calon konsumen yang belum pernah mengunjungi *bitzrockshop Pacitan* pada bulan Juli 2020. Berdasarkan hasil angket dari 10 responden, didapatkan hasil uji coba dari konsumen sebagai berikut.

Tabel 1
Hasil Angket konsumen

No	Nama Responden										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Khoirul Anwar	√	√	√	√	-	√	√	-	√	√
2.	Fingki Surdiyanto	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
3	Bambang Suhartono	√	√	-	√	-	√	√	√	√	√
4.	Aning Sulistyawati	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
5.	Muhammad Saiful A	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
6.	Noval Agatha W	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
7.	Riyan Agus S	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
8.	Agung Hardiansyah	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
9.	Muhammad Trisianto	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√
10	Valen Miauliyasari	√	√	√	√	-	√	√	-	√	√

Keterangan : Jawaban sesuai pernyataan mendapatkan tanda (√), sedangkan jawaban yang tidak sesuai mendapatkan tanda (-).

PEMBAHASAN

Penilaian untuk konsumen meliputi aspek penyajian video, Pada penelitian terhadap konsumen terdapat 10 pertanyaan yang dipertanyakan kepada responden (konsumen) untuk mengukur tingkat kelayakan videografipromosi. Dari data uji coba produk terhadap responden diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah konsumen yang ada dan sudah melihat videografi promosi bitzrockshop distro Pacitan dapat memahami isi video dengan jelas dan tentunya menarik perhatian konsumen ketika peneliti menampilkan videografi promosi yang berisikan tentang perusahaan video grafi promosi Pacitan dengan sangat detail.

Dari hasil angket dengan konsumen menunjukkan bahwa kelayakan video videografi promosisebagai media promosi di bitzrockshop Pacitan sudah bisa digunakan berdasarkan hasil angket tersebut.

Data 01

- (1) Desain tampilan

Gambar 1. Tampilan intro



Data 02

- (2) Tampilan Setelah Intro

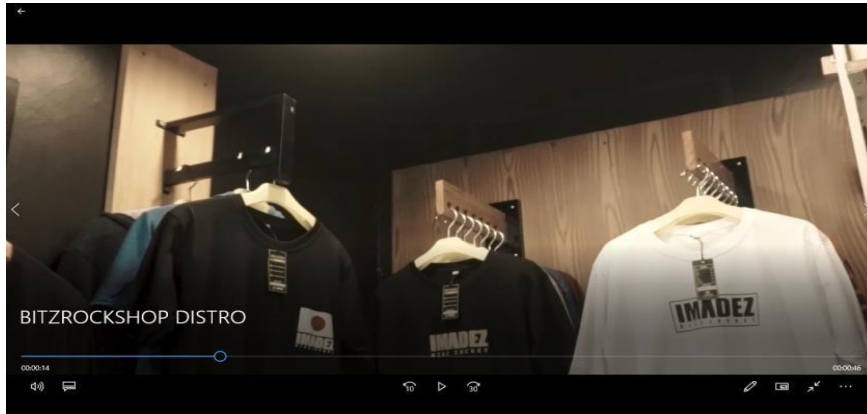
Gambar 2. Tampilan area kota pacitan tampak atas



Data 03

- (3) Tampilan produk-produk yang dijual

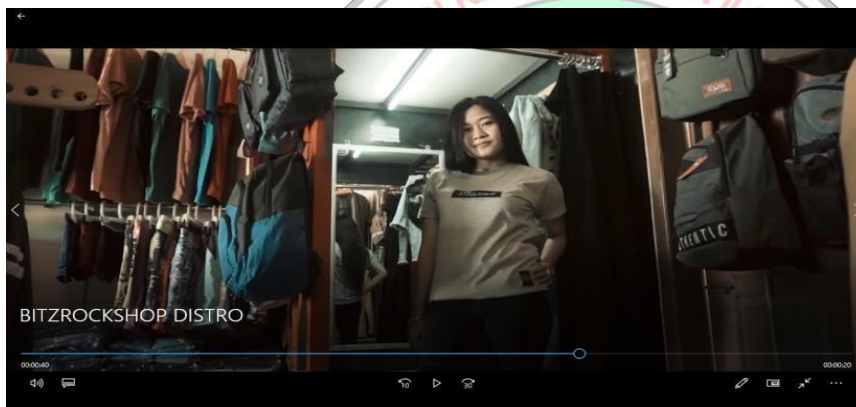
Gambar 3. Tampilan inti video



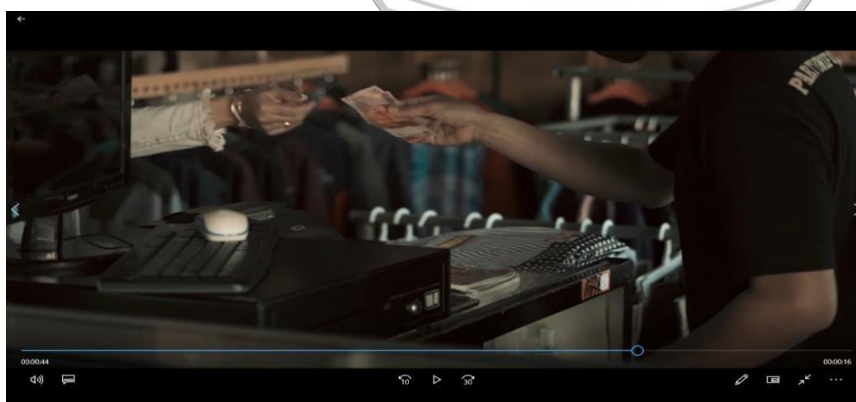
Data 04

- (4) Tampilan penambahan effect cinematic pada videomodel

Gambar 4. Penambahan effect cinematic



Gambar 5. Tampilan Transaksi pembayaran



Penilaian untuk konsumen meliputi aspek penyajian video, Pada penelitian terhadap konsumen terdapat 10 pertanyaan yang dipertanyakan kepada responden (konsumen) untuk mengukur tingkat kelayakan videografi promosi. Dari data uji coba produk terhadap

responden diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah konsumen yang ada dan sudah melihat videografi promosi bitzrockshop distro Pacitan dapat memahami isi video dengan jelas dan tentunya menarik perhatian konsumen ketika peneliti menampilkan videografi promosi yang berisikan tentang perusahaan videografi promosi Pacitan dengan sangat detail.

Tabel 2
Pernyataan hasil kuisisioner

No.	Nama Responden	Hasil
1.	Khoirul Anwar	90%
2.	Fingki Surdiyanto	100%
3.	Bambang Suhartono	90%
4.	Aning Sulistyawati	100%
5.	Muhammad Saiful A	90%
6.	Noval Agatha W	100%
7.	Riyan Agus S	100%
8.	Agung Hardiansyah	100%
9.	Muhammad Trisianto	100%
10.	Valen Miauliyasari	90%

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Videografi Promosi Bitzrockshop Distro Pacitan yang dibuat dapat dikategorikan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk-produk Bitzrockshop Distro Pacitan, sehingga dapat membantu Bitzrockshop Distro Pacitan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Kualitas video promosi yang dibuat tergolong baik. Sehingga layak digunakan di Bitzrockshop Distro Pacitan sebagai media promosi produk-produk yang dijual.

SARAN

Saran pemanfaatan Rancang Bangun Videografi Promosi Bitzrockshop Distro Pacitan Sebagai Media Promosi adalah sebagai berikut :

- 1) Diharapkan pengembang produk atau peneliti lebih kreatif lagi demi meningkatkan minat konsumen untuk order Bitzrockshop Distro Pacitan melalui video promosi.
- 2) Diharapkan pengembang atau peneliti dapat bekerja sama dengan pihak terkait yaitu Pemilik Bitzrockshop Distro Pacitan guna menjalin hubungan keharmonisan dalam sarana membantu pengembang atau peneliti mengembangkan kemampuannya

didunia media promosi melalui videografi promosi yang dapat langsung digunakan disetiap perusahaan yang dibuatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. 2009. *Guru dan Pembelajaran Bermutu*. Bandung: Rizqi Press.
- Anam, Syaiful. 2018. *Perancangan Video Promosi Milkindo Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarness*. Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Cristiano, Giuseppe. 2005. *Visual Dictianory Of Storyboard*. Stockholm. Iradido.
- Fajar, Ibnu. 2017. *Perancangan Video Promosi Cafe Om Bewok*. Universitas Negeri Padang.
- <http://anadariz.blogspot.com>
- Lonando, Theo Parai. 2014. *Analisis Dan Perancangan Video Promosi Sebagai Media Branding dan Presentasi Enterpenur Campus Yogyakarta*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Amikom Yogyakarta.
- McCormick, R. 1996. *Instructional Methofology*. In: Williams A (eds). *Technology Education For Teacher*. Melbourne: MacMillan.
- Robin, Linda. 2001. *Kitab Suci Komputer & Multimedia*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, cet kedua.