

Perancangan Video Promosi PT. Scuto Indonesia

The Martin Sanjaya

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email : m42412131@john.petra.ac.id / themartin_sanjaya@ymail.com

Abstrak

Pada zaman modern ini, periklanan dipandang sebagai media yang paling lazim digunakan suatu perusahaan untuk mengarahkan komunikasi yang persuasif pada konsumen. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek. Selain itu iklan menjadi sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi pesaing. Perancangan tugas akhir ini memiliki tujuan untuk merancang suatu media iklan berupa Video promosi sebagai upaya mempertahankan image perusahaan PT.Scuto Indonesia terhadap konsumen. Perancangan ini menggunakan metode penelitian SWOT. Perancangan video promosi ini akan difokuskan di media online agar lebih efisien dan mudah diakses. Dengan dibuatnya video promosi ini maka keeksistensian perusahaan PT.Scuto Indonesia dapat dipertahankan.

Kata kunci : Perancangan, Video, Promosi, Iklan, Laminasi, Coating.

Abstract

Title: *Promotional Video Design of PT. Scuto Indonesia*

In this modern age, advertising has been seen as the most common medium acompany uses to create persuasive communication to consumers. Advertising is made to influence the feelings, knowledge, meaning, beliefs, attitudes, and consumer's image associated with a product or brand. Advertising becomes a media to help create effective marketing by communicating companies and consumers. In addition, advertising is also used as the company's efforts to compete with competitors. The purpose of this undergraduate thesis is to design an advertising media in the form of promotional video as an effort to maintain the image of PT. Scuto Indonesia company to consumers. While using SWOT research method, the design of this promotional video will be focused on online media to make it more efficient and accessible. By the creation of this promotional video, the image consistency of PT. Scuto Indonesia company can be maintained.

Keywords: *Design Video, Promotion, Ads, Laminating, Coating.*

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Periklanan mendapat sorotan tajam semenjak aspek informasi menjadi proses penting dalam membangun merek atau *branding*. Periklanan dipandang mampu mempengaruhi masyarakat. Periklanan

dipandang sebagai media yang paling lazim digunakan suatu perusahaan untuk mengarahkan komunikasi yang persuasif pada konsumen. Iklan menjadi sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi pesaing. Pada zaman yang modern ini, media iklan menyesuaikan dengan perkembangan zaman, yaitu dimana

media iklan elektronik dipandang lebih praktis dan efisien. Hal itulah yang penulis lihat sebagai peluang besar sebagai media promosi yang efisien untuk merancang media iklan dengan video untuk PT. Scuto Indonesia yang sampai sekarang pembuatan video promosinya masih minim dan perlu untuk dilakukan pengembangan konsep yang lebih professional lagi sebagai jasa laminating mobil di Indonesia. Pada tahun 2010, menurut riset melalui satu perusahaan Fortune 500 asal Amerika Serikat mengungkapkan sebanyak 38% dari mobil yang dijual tahun lalu berwarna putih. Angka tersebut naik 35% dari 2015, dari situlah sejarah Scuto didirikan karena melihat kesempatan yang ada, yaitu banyak mobil putih yang lama - lama menjadi kuning. PT. SCUTO INDONESIA adalah salah satu perusahaan laminating mobil didirikan oleh 1 orang pengusaha yang berada di Jakarta, berdirinya pada tahun 2013 bulan Juni, sekarang Scuto Indonesia memiliki beberapa outlet di Indonesia lebih tepatnya 35 outlet tersebar di seluruh Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman dan waktu, banyak perusahaan yang bergerak di bidang laminating mobil bermunculan untuk itu perlu dilakukan banyak aspek kegiatan agar perusahaan Scuto Indonesia tetap mendapatkan ketenaran, salah satunya dari segi aspek promosi harus lebih diperkuat lagi agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video promosi sebagai upaya mempertahankan *image* perusahaan terhadap konsumen.

Tujuan Perancangan

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk merancang suatu media iklan berupa Video promosi sebagai upaya mempertahankan *image* perusahaan terhadap konsumen.

Metode Analisis Data

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada dalam suatu perusahaan PT. Scuto Indonesia. Analisis ini sangat membantu

untuk menentukan bagian bagian penting yang selama ini terabaikan sehingga meminimumkan resiko yang mungkin akan timbul.

Strength :

- PT. Scuto Indonesia memiliki media iklan berupa website (www.scuto.co.id) dengan design yang kekinian, membuat nilai positif lebih daripada pesaing lainnya.
- Memiliki outlet yang tersebar di seluruh Indonesia yaitu 35 outlet.

Weakness :

- Kurangnya team kreatif dalam perusahaan.
- Harga relatif mahal, karena target audience dari PT. Scuto Indonesia adalah menengah ke atas.

Opportunity :

- Dekat dengan Pemukiman warga yang mayoritas ekonominya termasuk SES A, yaitu memiliki tingkat pengeluaran per bulan lebih dari Rp 3.000.000

Threat :

- Adanya perusahaan laminating mobil yang juga dibangun berdekatan dengan PT. Scuto Indonesia, Contohnya di Surabaya PT. Scuto Indonesia berdekatan dengan Gtechniq yang juga bergerak di bidang laminating mobil.

Pembahasan

Konsep Perancangan

Perancangan video promosi yang dilakukan dalam melengkapi kebutuhan berpromosi bertujuan agar terjadi sebuah inovasi baru dalam lingkup bisnis di bidang otomotif dan sebagai upaya untuk mempertahankan citra perusahaan, dimana dengan diciptakannya video yang dapat merangkum dengan singkat hal-hal yang ada didalam diri PT. Scuto Indonesia dapat menjadi kesimpulan yang mudah dicerna dan diterima khalayak yang ditargetkan, dimana target audience tersebut adalah masyarakat dengan *Socioeconomic status* A, yaitu dengan tingkat pengeluaran per bulan lebih dari Rp. 3.000.000,-. Oleh karena itu konsep perancangan video promosi PT. Scuto Indonesia, memiliki unsur pengambilan gambar yang rapi atau dinamis, dan dalam editing di beri imbuhan *effect slow motion* agar muncul kesan lembut, *elegan* dan juga pewarnaan pada video yang mengarah ke warna *cold* atau dingin supaya berkesan

anggun. video promosi yang dirancang meliputi 3 video yaitu : *Scuto's products*, *Scuto paint protection commercial*, *Introduce Scuto Indonesia*.



Gambar 1. *Scuto's products*



Gambar 2. *Scuto paint protection commercial*.



Gambar 3. *Introduce Scuto Indonesia*.

Pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran adalah tentang pentingnya perawatan kendaraan, dengan cara penyampaian yang ditata sedemikian rupa dalam sebuah wadah berupa video promosi PT. Scuto Indonesia dengan ditampilkannya berbagai macam sudut penggambaran keunggulan dari perawatan cat kendaraan dengan proses laminasi mobil atau *coating*.

Kesimpulan

Untuk mempertahankan keeksistensian perusahaan PT. Scuto Indonesia perlu dilakukan perancangan sebuah media iklan yang dapat menimbulkan persuasif pada calon konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah perancangan video promosi untuk menunjukkan keunggulan dari penggunaan produk dari Scuto. Media yang digunakan dalam mempromosikan PT.Scuto Indonesia adalah media audio visual karena media ini cocok untuk mempengaruhi citra konsumen terhadap perusahaan. Kategori yang dipilih dalam media audio visual adalah iklan. Iklan memang diciptakan untuk mensugesti penontonnya. Sedangkan kategori iklan yang dipilih adalah video promosi karena video promosi sangat mudah

untuk diaplikasikan. Video promosi yang dipakai akan difokuskan penyebarannya melalui media sosial. Karena media sosial sangat efisien dan mudah untuk diakses para audiens. Konsep dari perancangan adalah untuk menciptakan sebuah video promosi yang menarik untuk calon konsumen dan menjelaskan keunggulan dari produk PT. Scuto Indonesia, dengan target audiens dari kalangan menengah keatas. Untuk itu video ini menonjolkan kesan mewah dan berkelas, dengan menggunakan teknik *editing* dengan perpaduan *transisi dissolve* agar terkesan tidak monoton di mata pengamat.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur dan terima kasih penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa membimbing dan melindungi penulis selama pengerjaan karya tugas akhir ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "*Perancangan Video Promosi PT. Scuto Indonesia*" ini dengan baik. Tugas akhir yang berjudul "*Perancangan Video Promosi PT. Scuto Indonesia*" ini dapat hadir seperti sekarang ini tak lepas dari selain atas kehendak Tuhan, juga merupakan bantuan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini sudah sepantasnyalah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat selama proses pembuatan perancangan tugas akhir ini dan yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tugas akhir ini awal hingga akhir.

Daftar Pustaka

- Ads For Brands In The 21st Century, Singapore, 1999.
- Agustrijanto, Copywriting: *Seni Mengasah Kreativitas & Memahami Bahasa Iklan*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Aitchison, Jim, Cutting Edge Commercial: *How To Crate The World Best TV*
- Alwi, Hasan. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.

Ayawaila, Gerzon R. (2008). *Dokumenter dari ide sampai produksi*. Jakarta, Fakultas Film dan Televisi, IKJ (FFTV-IKJ)

Baskin, Askurifai : *Videografi*, Bandung, Widay padjadjaran, 2009

College, Maria Regina, *Kamus Istilah Desain Grafis dan Periklanan*, penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2008.

Irsan Komarga. 2008. *Panduan lengkap perawatan mobil*, Jakarta.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Terjemahan, PT Indeks, 2009.

Deviani Lanny H, *Peranan promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan pada PT Djarum Kudus*, Surabaya, 1996

Rossiter, John R., Larry Percy, and Robert J. Donovan, "A Better Advertising Planning Grid," *Journal of Advertising Research*, New York, 1991.

Sigar, Edi, 2000. *Buku Pintar Otomotif: Panduan Lengkap Perawatan Mobil/DLP*. Delapratasa, Jakarta.

Teiseran, Martin. 2004. *Kiat Praktis Merawat Mobil*. Kanisius, Yogyakarta.
<http://news.okezone.com/read/2017/01/04/15/1583440/mobil-warna-putih-lebih-populer-ketimbang-hitam>