

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi, Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau konsumen. Melalui media audio visual yang penyampaian informasinya menggunakan tehnik audio atau suara dan visual atau gambar. Media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Sosial media marketing adalah adalah proses marketing yang dilakukan lewat media sosial. Biasanya media sosial yang digunakan adalah Instagram, facebook, twitter, dan youtube. Makna lain sosial media marketing bisa disebut sebuah kegiatan membuat konten. konten inilah yang yang nantinya akan menarik perhatian konsumen.

Menurut Neil Patel (2010:11), sosial media marketing adalah proses menarik perhatian orang agar terikat (engaged) dengan konten yang disajikan. Jika sudah terikat, kemungkinan konten itu akan dibagikan tentu jadi lebih besar. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa lebih dari 3,2 miliar orang di dunia menggunakan media sosial. Angka ini menjadi fakta menarik, sekaligus bukti bahwa media sosial memang digandrungi masyarakat.

Video promosi dalam dunia bisnis sangatlah pesat sampai saat ini, karena sangat berpeluang besar bagi bisnis mereka. Video promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek dengan menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini salah satu dari empat elemen dasar dalam pemasaran, apa saja yang mencakup empat elemen yaitu terdiri dari empat p : price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Video promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan dalam pemasaran untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Video promosi merupakan Upaya untuk memberitahukan atau menawarkan

produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. LIQUID GROUP Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak di bidang Food and Beverage. Di perusahaan tersebut penulis memilih untuk melakukan praktik kerja lapangan sebagai produser dalam proses pembuatan video promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Peran produser dalam manajemen produksi iklan video promosi LIQUID GROUP Yogyakarta?

1.3 Tujuan.

Tujuan penulis dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan Prodi Broadcast Radio Televisi Stikom Yogyakarta di Perusahaan LIQUID GROUP Yogyakarta, antara lain :

1. Untuk mengetahui peran produser dalam manajemen produksi video promosi.
2. Melatih kemampuan bekerjasama dalam suatu tim produksi
3. Mengembangkan kreatifitas, dan pengetahuan dalam dunia periklanan.
4. Memperluas koneksi dengan membangun hubungan antar tim produksi atau perusahaan.
5. Menambah wawasan ilmu penyiaran yang belum pernah diperoleh di masa perkuliahan.

1.4 Manfaat.

A. Manfaat pribadi

1. Menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam divisi yang dipilih.
2. Melatih keterampilan mahasiswa sesuai dengan pengetahuan yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan.

B. Manfaat akademis

1. Menjalinkan kerjasama antara pihak kampus dan pihak perusahaan LIQUID GROUP Yogyakarta
2. Dapat menjadi bahan yang memberikan informasi mengenai peran produser dalam manajemen produksi video promosi yang mungkin jarang menjadi fokus mahasiswa.

1.5 Waktu dan Tempat.

Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan mulai dari 9 Maret 2020 sampai dengan 9 Juni 2020 (selama 3 bulan), Praktik Kerja Lapangan Ini dilaksanakan di :

Nama Instansi/Perusahaan : PT. LIQUID GROUP Yogyakarta

Alamat Perusahaan : Jl. Magelang Km. 5.5, Sinduadi, Mlati, Kec. Mlati
Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Bidang yang dituju : Produser

1.6 Metode Penelitian.

Paradigma Penelitian

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

Menurut Nazir (1988: 63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Whitney (1960: 160) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat.

Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual.

1.6.1 Jenis Data.

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data dalam proses penelitian. Dalam hal ini sumber data primer yang digunakan meliputi HRD LIQUID GROUP, marketing, manager event, dan accounting.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunde adalah data pelengkap sebagai pendukung didalam penyusunan laporan. Dalam hal ini sumber data sekunder adalah bahan – bahan yang dikumpulkan melalui buku bacaan dan literature yang dimiliki kolerasi dengan penyusunan laporan penulis.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.

a. Studi Pustaka

Merupakan suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku – buku yang berhubungan dengan topik yang akan di bahas dan disesuaikan dengan pengamatan dengan cara membandingkan dan menyesuaikan antara teori dengan praktek atau dapat juga dilakukan dengan pengumpulan data dari berbagai sumber kepustakaan dengan memanfaatkan buku – buku yang ada.

b. Observasi

Keterlibatan langsung pengumpulan data dengan cara mangamati dan terlibat langsung dalam proses produksi.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Metode wawancara sangat diperlukan untuk mendukung pengumpulan data karena jika hanya melakukan observasi materi yang diperoleh masih kurang.

d. Praktik

Praktik adalah pelaksanaan atau suatu pengalaman yang dilakukan secara nyata. Bisa juga di sebut dengan suatu pengaplikasian dari teori yang selama pembelajaran dilaksanakan berubah menjadi sebuah praktik dari teori tersebut. Dalam metode ini penulis dapat mengumpulkan data melalui pengalamannya selama praktik kerja lapangan yang di peroleh dengan praktik.

1.7 Teknik Pengolahan Data (Analisis Data)

Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga bisa di pahami, dan juga untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi yang berdasarkan data yang diperoleh dari sampel, yang biasanya ini dibuat dengan dasar pendugaan dan pengujian hipotesis.

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa latin yang berarti “sesuatu yang diberikan”. Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata-kata, atau citra.

Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Best, 1982 dalam Sukardi, 2004). Penelitian ini juga sering disebut noneksperimen, karena pada penelitian ini penelitian tidak melakukan kontrol dan manipulasi variabel penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.