



# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini dapat memudahkan manusia untuk melihat berbagai informasi yang beredar di dunia digital. Contohnya adalah keberadaan media sosial yang merupakan hasil teknologi informasi yang berada di media digital tersebut. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi meliputi blog, jejaring social, wiki, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan sebagai strategi marketing bagi perusahaan atau UKM untuk penyampaian informasi mengenai pemasaran bisnis atau *brand* pada era digital. Hal ini juga diterapkan oleh industri kreatif seperti konsultan desain yang membutuhkan media sosial untuk mempromoskan hasil karya yang telah dibuat agar bisa lebih meyakinkan klien pada saat mempresentasikan hasil karyanya.

Sebuah konsultan desain yang berada di kota Bandung yaitu Tujusemesta Creative Space memiliki banyak klien baik itu pemerintahan maupun non-pemerintahan. Konsultan desain ini bergerak dibidang jasa, yaitu pembuatan desain berupa desain komunikasi visual (grafis) dan desain interior. Klien yang pernah ditangani oleh Tujusemesta Creative Space diantaranya PT. Pertamina, Bandung Planning Gallery, Anen Residential, dan The Green Setiabudi. Penyampaian informasi dan promosi pada saat presentasi hasil karya kepada publik dan klien di Tujusemesta Creative Space, membutuhkan teknologi informasi yang dibuat dalam bentuk video marketing.

Produk video marketing merupakan pembuatan konten dalam bentuk video yang bertujuan untuk mempromosikan suatu *brand*, produk, dan jasa (Boman dan Raijonkari, 2017). Video marketing memiliki proses penyampaian informasi yang sama dengan videografi yang memiliki peran berguna dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang ditawarkan.

Video bisa menyampaikan tujuan yang ingin disampaikan melalui penggabungan gambar-gambar bergerak, animasi, dan musik. Video sebagai media digital yang menunjukkan susunan atau urutan gambar-gambar bergerak dan dapat memberikan ilusi/ fantasi, Agnew dan Kellerman dalam buku (Munir, 2015). Produk video marketing bisa dibuat untuk kepentingan umum seperti kegiatan promosi dan kebutuhan presentasi perusahaan kepada klien untuk menjalin sebuah kerja sama yang saling menguntungkan. Dalam pembuatan sebuah video dibutuhkan ide-ide kreatif agar video menjadi menarik dan pesan dari video tersebut tersampaikan. Ketertarikan untuk menuangkan ide kreatif dalam bidang marketing menjadi tambahan alasan dalam memilih judul tugas akhir yaitu Pembuatan Produk Video Marketing di Tujusemesta Creative Space.

## 1.2 Tujuan

Tujuan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Produk Video Marketing di Tujusemesta Creative Space” ini adalah membuat produk video marketing diantaranya Video *Event Sharing Session*, Video Edukasi Pemaknaan *Footage*,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University