

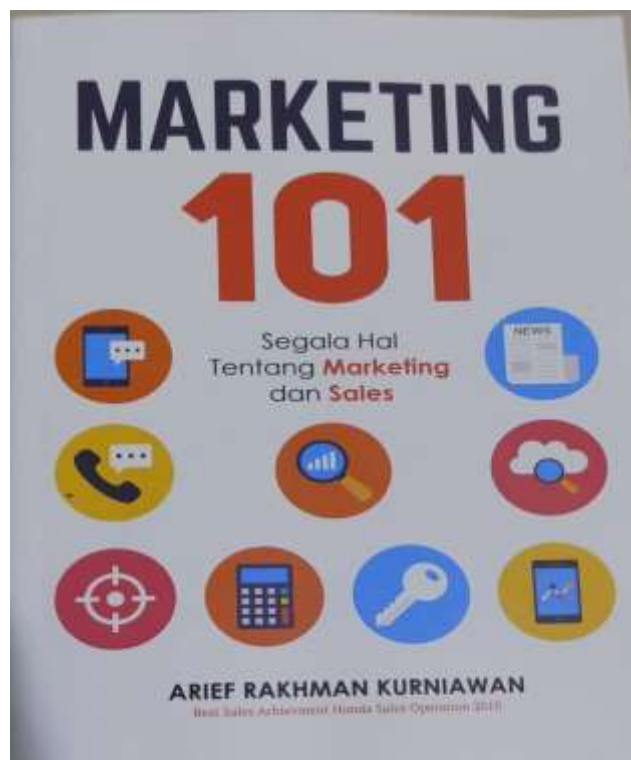
BAB II

KAJIAN SUMBER

II.1. Studi Literatur

Dalam melakukan penelitian karya ilmiah, diperlukan susunan sistematis untuk memudahkan proses yang akan di ambil penulis, proses yang akan diambil yaitu melakukan studi literatur pada jurnal ataupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Buku Marketing 101



Gambar II.1. Marketing 101 Segala tentang marketing
(Sumber :Dokumentasi Farhan,13. 2023)

Berdasarkan kutipan dalam buku *marketing* 101 oleh Arif Rahman Kurniawan pentingnya menentukan STP (*Segmen, Targetting, Positioning*). *Segmentasi* merupakan target konsumen yang potensial. *Targetting* merupakan kegiatan memilih dan menilai satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Positioning* atau penempatan adalah produk tersebut mendapatkan tempat tersendiri di hati konsumen, maka dari itu penulis mempelajari dan mengumpulkan informasi pentingnya menentukan STP sebelum melakukan pemasaran di media sosial, karena setiap media sosial memiliki karakter atau ciri tersendiri dari penggunanya.

2. Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Konten Marketing



Gambar II.2. Jurnal kajian pariwisata
(Sumber : <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130>, 20. 2023)

Berdasarkan kutipan penelitian Maya Retnasary, Sri Dwi Setiawati, Diny Fitriawati, Rendy Anggara. Pemaparan yang telah di jelaskan pada latar tentang

pengelolaan media sosial sebagai strategi digital konten *marketing* pariwisata. Setiap orang saat ini sebelum mengambil keputusan selalu mencari tahu tentang produk atau jasa yang mereka ingin pakai. Pembelajaran yang penulis ambil adalah pentingnya mengelola strategi digital konten *marketing* dalam media sosial agar konsumen lama atau baru tetap tertarik pada produk/jasa yang di tawarkan.

3. *Storytelling*, Citra Destinasi, dan Pengalaman Merek Pada Video Promosi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif



Gambar II.3. Jurnal studi komunikasi
(Sumber : <https://ejournal.unitomo.ac.id/22>, 2023)

Sebagai bahan referensi meninjau penelitian Anabel Yevina, Mulyadi Wahyu Agustina Rusdianto Berto. Pemaparan yang telah di jelaskan pada latar belakang tentang video promosi yang berperan sangat penting dalam digital marketing khususnya sebagai salah satu alat promosi untuk kegiatan wisata. Tujuan dengan menggunakan *storytelling* yang terkonsep mampu mempengaruhi

konsumen dan mendorong emosi mereka untuk melakukan Tindakan seperti menggunakan produk/jasa dari perusahaan tersebut.

4. Perancangan *Motion Graphic* Sebagai Sarana Promosi



Gambar II.4. Jurnal Dimensi DkV
(Sumber : <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/view/3602/3061>. 8, 2023)

Sebagai bahan referensi mininjau penelitian Resty Fauzyah, Elda Franzia, pemaparan yang telah di jelaskaa pada latar belakang mengenai perancangan *motion graphic* sebagai sarana promosi. Tujuan dari perancangan *motion graphic* ini adalah untuk memberikan sebuah media promosi yang menarik dan informatif dan mudah di pahami informasi di dalamnya.

5. Buku Belajar Fotografi Untuk Hobby dan Bisnis



Gambar II.5. Buku Belajar Fotografi untuk Hobby dan Bisnis
(Sumber :Dokumentasi Farhan. 8, 2023)

Sebagai bahan referensi meninjau penelitian Rangga aditiawan dan Ferren Bianca dalam buku belajar fotografi untuk hobby dan bisnis. Dalam buku tersebut penulis mempelajari bagaimana menggunakan kamera mulai dari pengaturan iso, *shutterspeed*, *diafragma*, agar memberikan hasil yang maksimal dalam pengambilan foto maupun video, dengan menggunakan pengaturan kamera yang baik dan benar, mampu memberika kualitas gambar yang bagus, serta memberikan kesan visual yang baik bagi para *audience*.

6. Buku Home Recording



Gambar II.6. Buku Home Recording
(Sumber: Dokumentasi Farhan. 8, 2023)

Sebagai bahan referensi dari buku *Home Recording* oleh Arslan Musfiya, dalam buku tersebut penulis mempelajari, bagaimana cara merekam suara dengan memaksimalkan alat yang ada, mulai dari *recording*, *mixing*, *editing*, *efek – efek* dari suara hingga *finishing project*, sehingga menghasilkan rekaman atau *backsound* suara yang bagus dan nyaman saat di dengar oleh para *audience*.

II.2. Tinjauan Karya

Ada beberapa karya yang menjadi bahan referensi yang mendorong ide serta pemikiran penulis sebagai acuan untuk, Perancangan Video Promosi Paket Wisata Funtrip.co. Tinjauan karya ini menjadi pembanding dengan karya penulis, berikut dibawah ini beberapa tinjauan karya.

1. Pesona danau Toba dari Simalungun (Teguh Sinaga)



Gambar II.7. Lomba Vlog – Pesona Danau Toba dari Simalungun (Teguh Sinaga)
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=ne3wjBtl6uU>.1,2023)

Dalam video berisikan tentang ke indahan apa saja yang ada di Kabupaten Simalungun setiap wisata yang ada di Kabupaten Simalungun di jelaskan dengan detail dalam pengemasaan informasi, di video tersebut pencipta menggunakan *voice over* agar informasi yang di sampaikan jelas dan detail. Tinjauan yang di ambil sebagai referensi dari video ini adalah penyampaian informasi yang jelas dan detail serta *mixing* yang sangat rapi dan bagus antara *Dubbing*, *music* dan *effect* suara.

2. *Wonderful* Indonesia 2022 “ Jiwa Jagad Jawi “



Gambar II.8. Wonderful Indonesia 2022 “ JIWA JAGAD JAWI”
(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=_dlBUHhDOQU&t=120s .5,2023)

Dalam video ini bercerita tentang perjalanan spiritual dan budaya, yang di perankan oleh Putu Bulan, yang melakukan perjalanan di tanah Jawa untuk meng *explore* daerah tersebut. Candi Borobudur di angkat dalam video tersebut untuk melambangkan perjalanan manusia untuk mencari jati dirinya. Penulis menjadikan karya ini sebagai referensi dalam pengambilan video dengan menggunakan teknik *cinematic* yang di pakai dalam karya ini, pengambilan video dengan teknik *cinematic* yang berarti menciptakan video benar-benar terkonsep secara detail dengan memaksimalkan teknik, visual, audio dan juga alur cerita. Pengambilan video dengan teknik *cinematic* menjadi acuan ide dalam pembuatan karya penulis.

3. Video Menikmati Indahnya Bali dengan Aplikasi Traveloka



Gambar II.9. Menikmati Indahnya Bali dengan Aplikasi Traveloka
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=v-4C-v8wPp0.10>, 2023)

Dalam video ini memperlihatkan ke unggulan dari aplikasi Traveloka yang memudahkan para pemakainya dalam memesan tiket pesawat dan tiket hotel dengan mudah, dengan memberi kemudahan kepada pengguna aplikasi, merek berhasil membangun *brand awareness* kepada para konsumen, dengan selalu mengingat Traveloka jika ingin liburan, bertemu keluarga dan teman terkasih. Tinjauan yang di ambil sebagai referensi dari video ini bagaimana mengemas video dengan menampilkan keunggulan dari perusahaan tersebut sehingga membangun rasa percaya antara perusahaan dan konsumen. Pengemasan video dengan memperlihatkan keunggulan dari perusahaan menjadi acuan ide dalam pembuatan karya penulis.

4. Video Iklan Berbasis *Motion Graphic*



Gambar II.10. Video iklan berbasis motion graphic PT. Restu Anugrah Indah Wisata
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=HjfhLa8S9g8&t=33s> .15,2023)

Dalam video ini memperlihatkan peran *motion graphic* yang di kemas dengan sangat informatif, menarik dan inovatif yang membuat para *audience* sangat menikmati iklan tersebut. Tanpa di sadari konsumen tidak ada pilihan lain selain memakai produk/ jasa dari merek tersebut. Tinjauan yang di ambil sebagai referensi dari video ini adalah cara penyusunan *motion graphic* yang sangat menarik, informatif dan inovatif, sehingga konsumen menikmati dalam segi gambar dan informasi yang di berikan merek tersebut. Penyusunan elemen desain dan informasi dalam karya ini menjadi acuan ide dalam pembuatan karya penulis.

5. Video Atap Negeri Sumatera Utara



Gambar II.11 : Gunung Sibuatan – Atap Negeri Sumatera Utara
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=WljBuplCKdk&t=199s.15>, 2023)

Dalam video ini memperlihatkan ke indahan Danau Toba, dari perbukitan yang hijau, rumah adat suku batak, dan sejarah suku batak. Video ini menggunakan *voice over* sebagai *backsound* dan musik instrumental sebagai pendukung untuk menjelaskan informasi yang di sampaikan dalam video ini. Setiap *scene* dalam video tersusun rapi dan detail Sehingga *audience* sangat menikmati video tersebut. Penulis menjadikan karya ini sebagai referensi dalam membuat video promosi dengan mengambil teknik dalam penyusunan *scene* dan pengguna *backsound*, *voice over* jelas Sehingga video tersebut menjadi acuan ide dalam pembuatan karya penulis.