

VISUAL VIDEO PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI PADA PT. INTI GELORA ANDAMARI (PERMATA TANGERANG)

Euis Nurninawati¹, Rian Arief Wardoyo²

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Raharja Tangerang
Jl. Jenderal Sudirman No. 40 Cikokol Tangerang Telp. (021)-5529692
euis.nurninawati@raharja.info¹, rian.rief@raharja.info²

Abstrak— PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang) adalah perusahaan swasta Nasional yang bergerak di bidang *Developer* dan *General contractor*. agar dapat menyampaikan informasi profil dan produk perusahaan yang lebih efektif setidaknya harus mempunyai sarana media yang dapat menunjang efektivitas dalam proses komunikasi yang perusahaan lakukan. Dalam mempertahankan citra atau *image* perusahaan, PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang) ingin menerapkan strategi promosi yang berbeda dari sebelumnya, saat ini media komunikasi visual yang digunakan oleh perusahaan dalam program promosi properti hanya menggunakan media brosur yang berisikan mengenai informasi produk, keunggulan, dan beberapa fasilitas yang di tawarkan, namun dari media brosur tersebut tidak menyampaikan informasi secara detail dan menyeluruh mengenai produk dari perusahaan. Oleh sebab itu, untuk melengkapi dan menunjang promosi yang dapat menarik perhatian konsumen maka dirancanglah sebuah media komunikasi visual dalam bentuk cetak. dengan tampilan visual yang lebih menarik, dan dengan menampilkan media promosi dan informasi dengan kesan eksklusif dan nyaman. Media komunikasi visual tersebut dirancang sebagai sarana penunjang promosi yang dapat memberikan nilai lebih dalam penyampaian informasi dan penerapan strategi pemasaran. Maksud dari strategi tersebut dapat disampaikan sebagai program untuk menentukan dalam mencapai tujuan promosi. dengan adanya rancangan media komunikasi visual tersebut, diharapkan dapat meningkatkan suatu *image* atau citra dan perusahaan dapat mencapai target keuntungan yang lebih besar dari total keuntungan pada tahun sebelumnya.

Kata Kunci— Desain Komunikasi Visual, Informasi, Promosi

I. PENDAHULUAN

Media promosi merupakan sebuah langkah jitu yang banyak digunakan oleh para pebisnis. Di dalam komunikasi terjadi proses penyampaian dan penerimaan informasi atau pesan, serta senantiasa berusaha untuk menciptakan citra positif dari perusahaan atau organisasi yang diwakilinya.

Karena itu setiap instansi atau perusahaan pasti menginginkan perusahaannya dikenal masyarakat luas secara positif, bahkan lebih jauh lagi mereka menginginkan masyarakat tersebut menjadi pengguna jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berbagai upaya dilakukan untuk mencapai hal tersebut, dan kegiatan yang paling berperan serta adalah promosi. Promosi sebuah perusahaan yang direncanakan dengan matang akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. PT. INTI GELORA ANDAMARI adalah perusahaan swasta Nasional yang bergerak di bidang *Property*.

Saat ini PT. INTI GELORA ANDAMARI, menggunakan

media promosi dan informasi hanya dalam bentuk media yaitu berupa brosur atau katalog sederhana dan melakukan presentasi ke klien secara lisan, melakukan pemasaran dengan memperkenalkan produk- produknya secara langsung pada klien dan belum dikemas dalam bentuk media informasi dan promosi yang lebih lengkap dan terorganisir dengan baik, agar dapat menyampaikan informasi profil dan produk perusahaan yang lebih efektif setidaknya harus mempunyai sarana media yang dapat menunjang efektivitas dalam proses komunikasi yang perusahaan lakukan.

Melihat dari permasalahan yang ada, yaitu masih tinggi nya target penjualan dalam mencapai target dikarenakan minimnya bentuk media yang dapat memberikan informasi yang detail dan sekaligus sebagai penunjang promosi pada saat perusahaan ingin menjual suatu produk perusahaan, produk perusahaan yang ingin dipasarkan saat ini adalah perumahan permata tangerang, pihak pemasaran atau operasional memerlukan sebuah perancangan media komunikasi visual yang mampu mengemas seluruh aset perusahaan meliputi produk, fasilitas, dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalin relasi atau kerjasama baik dengan klien perseorangan, klien perusahaan, instansi atau lembaga terkait.

Media dalam bentuk apa yang efektif dan dapat menunjang informasi dan promosi pada PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang) dan bagaimana merancang Media Komunikasi Visual yang menarik dan dapat menunjang promosi dan informasi pada PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang), sehingga target seperti apa yang akan dicapai melalui Perancangan Media Komunikasi Visual pada PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang). Agar dalam pembahasan nanti lebih terarah, berjalan dengan baik dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan yang akan diteliti yaitu pada bagian marketing PT. Intigelora Andamari, mulai dari target penjualan sampai dengan strategi pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang media komunikasi *visual* yang efektif bagi perusahaan, dan calon *customer*, sehingga dapat menunjang informasi dan promosi pada PT. Inti Gelora Andamari (*Permata Tangerang, sehingga dapat merancang media komunikasi visual yang menarik dalam menunjang informasi dan program promosi pada PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang)*). Untuk mencapai Target PT. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang) dalam hal menyampaikan informasi dan promosi kepada calon *customer* dan masyarakat.

Dalam penelitian diharapkan adanya kemanfaatan agar melalui media yang dirancang tentang perusahaan atau produk yang di jual dapat disampaikan secara efektif, dan dapat menjadi penunjang media promosi dan informasi sehingga menjawab kebutuhan *customer* PT. Inti Gelora Andamari. Sehingga dapat memberikan media promosi dan informasi yang menarik minat *customer* dan masyarakat pada perumahan *permata tangerang* yang dipasarkan oleh PT. Inti Gelora Andamari.

II. KAJIAN TEORI

A. Perancangan

Perancangan adalah proses pengembangan spesifikasi baru berdasarkan rekomendasi hasil analisis sistem[2]. Merupakan pengembangan sistem dari sistem yang sudah ada atau sistem yang baru, dimana masalah-masalah yang terjadi pada sistem lama diharapkan sudah teratasi oleh sistem yang terbaru [8]. Yang dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah sebuah pengembangan dalam membangun sesuatu yang sesuai dengan hasil analisa yang telah diobservasi.

B. Konsep Dasar Informasi

Menjelaskan juga bahwa data merupakan informasi yang disimpan dalam suatu struktur tertentu yang terintegrasi[9]. Kesimpulannya bahwa data adalah bahan mentah bagi informasi serta informasi yang disimpan dalam suatu struktur yang terintegrasi.

C. Konsep Dasar Promosi

komunikasi yang diantaranya perusahaan dan konsumen secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari marketing *mix*, namun hal nya sebagian besar dari komunikasi perusahaan yang secara langsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang telah diawasi dan direncanakan dengan sangat teliti. Instrumen dasar yang telah dipergunakan untuk mencapai sesuatu mengarah untuk komunikasi perusahaan disebut dengan bauran untuk promosi atau *promotion mix*[5].

Maka dapat disimpulkan bahwa Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran serta komunikasi perusahaan dan konsumen secara implisit, serta secara efektif menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima. bahwa pemasaran interaktif adalah kegiatan dan program pemasaran yang melibatkan pelanggan secara langsung untuk memasarkan produk serta untuk membangun hubungan pelanggan, memperbaiki citra dan menciptakan penjualan produk dan jasa.

D. Konsep Dasar Media dan Desain

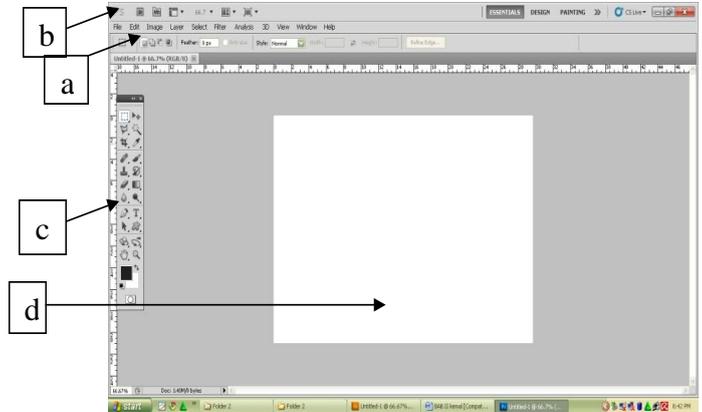
Media adalah tempat dimana kita bisa menyebarkan informasi kepada masyarakat luas mengenai apa yang diketahui yang terdiri dari teks, foto, gambar ataupun audio jika diperlukan [1]. *Desain* adalah proses perancangan dengan keterampilan dan kreativitas melalui perasaan sehingga menghasilkan suatu karya. Tentunya hasil karya desain menggunakan perasaan (Senang sedih ceria dan sebagainya) dalam jiwa seseorang [4]. Dari definisi diatas dapat disimpulkan pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa media yaitu sebuah perantara atau sebuah tempat membagikan informasi kepada masyarakat berupa teks, gambar ataupun foto dan desain merupakan proses atau perancangan untuk membuat serta menciptakan produk baru dengan keterampilan serta kreativitas melalui perasaan sehingga menghasilkan suatu karya.

E. Konsep Dasar Video

Video merupakan media elektronik yang digunakan dalam menggandakan, merekam, dapat dimainkan kembali, menampilkan serta menyiarkan dan mampu menampilkan media visual bergerak [6], dapat disimpulkan bahwa *video profile* adalah sebuah gambaran informasi mengenai instansi yang berupa rekaman *audio visual* yang berisi profil perusahaan atau pun instansi.

F. Adobe Photoshop CS5

Adobe Photoshop merupakan salah satu program aplikasi terancang dan terpopuler saat ini yang ditujukan untuk menyunting dan memanipulasi *image (image-editing)*. Program aplikasi ini banyak membantu para professional dalam dunia fotografi, pracetak, dan multimedia. Versi terbaru dari *Adobe Photoshop* yang dikeluarkan secara resmi tanggal 12 April 2010 yang lalu adalah *Adobe Photoshop CS5*[7].

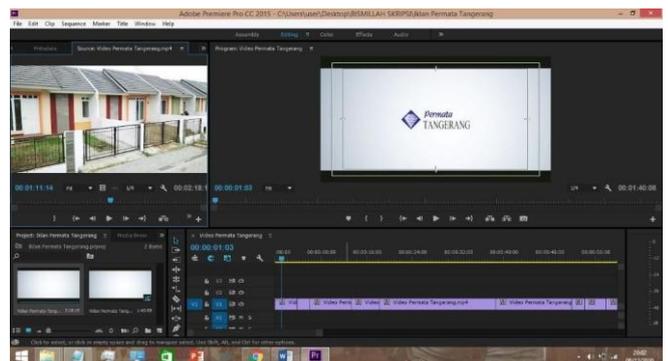


Gambar 1. Jendela Program Adobe Photoshop CS5

Berikut keterangan dari jendela program tersebut: a. Baris judul (*Title Bar*) berisi nama untuk judul program yang sedang aktif. b. Baris Menu (*Menu Bar*) berisi barisan perintah berupa menu yang terdiri dari *File, Edit, Image, Layer, Select, Filter, Analysis, 3D, View, Window, Help*. c. *ToolBox* berisi piranti untuk menggambar dan memodifikasi *image*. d. Lembar *Canvas* digunakan sebagai lembar kerja atau penempatan obyek teks dan gambar.

G. Adobe Premiere CC2018

Adobe Premiere Pro merupakan program pengolah video pilihan bagi kalangan profesional, terutama yang suka bereksperimen. Program ini banyak digunakan oleh perusahaan Pembuatan Film/Sinetron, *Broadcasting*, dan Pertelevision [3].



Gambar 2. Tampilan Adobe Premiere CC2018

H. Elisitasi

Hasil pengklasifikasian dari elisitasi tahap I berdasarkan metode MDI. Metode MDI ini bertujuan untuk memisahkan antara rancangan sistem yang penting dan harus ada pada sistem baru dengan rancangan yang disanggupi oleh penulis untuk dieksekusi. Berikut penjelasan mengenai Metode MDI : M pada MDI berarti *Mandatory* (penting). Maksudnya, *requirement* tersebut harus ada dan tidak boleh dihilangkan pada saat membuat sistem baru. D pada MDI berarti *Desirable*. Maksudnya, *requirement* tersebut tidak terlalu penting dan boleh dihilangkan. Namun, jika *requirement* tersebut digunakan dalam pembentukan sistem maka akan

membuat sistem tersebut lebih sempurna. I pada MDI berarti *Inessential*. Maksudnya, *requirement* tersebut bukanlah bagian sistem yang dibahas, tetapi bagian dari luar sistem.

III. IMPLEMENTASI PROGRAM

A. Tahapan Penelitian

Untuk mendapatkan beberapa data yang lebih menyakinkan dipenelitian ini, terdiri beberapa penerapan metode tahapan penelitian, yaitu :

- Tahapan Pra Penelitian dimana peneliti menentukan topik permasalahan penelitian, dalam hal ini dilakukan dengan bentuk interview yang berguna untuk memperkenalkan dan menginformasi PT Inti Gelora Andamari lebih tepatnya lagi proses mempromosikan PT Inti Gelora Andamari.
- Tahapan Pelaksanaan Penelitian dimana pada tahap ini, peneliti mengamati langsung ke lokasi (observasi), interview ataupun kajian pustaka dan menentukan media komunikasi visual yang efektif untuk menunjang dalam program promosi dan informasi, seperti brosur, umbul-umbul, *banner* atau spanduk, billboard, *stand banner*, catalog produk, *flyer* dan lain sebagainya.
- Tahapan pengolahan data atau informasi yang diangkat dari hasil perancangan dan penelitian terhadap video sebagai sarana informasi dan promosi yang akan dianalisa dan diolah menggunakan software atau aplikasi program yang mendukung dalam proses perancangan. sebagai salah satu media promosi dan informasi dalam bentuk *visual*, yang pada umumnya media komunikasi visual adalah sebagai media promosi dan informasi dalam berbagai bentuk, biasanya dipakai pihak perusahaan untuk menawarkan suatu produk serta meningkatkan citra/*image* perusahaan tersebut, selain itu manfaat dari media komunikasi visual tersebut yaitu, untuk presentasi dalam mencari dan menjalin kerjasama dengan mitra kerja atau relasi. Media komunikasi visual berisikan seluruh informasi detail produk mulai dari spesifikasi, visi misi, gambaran produk, keunggulan perusahaan dan lainnya. Media komunikasi visual tersebut memiliki kelebihan yaitu, sebagai alat *marketing* untuk memperoleh klien, dan disetiap manfaat dan kegunaannya nanti dipengaruhi oleh bentuk desain dan kelengkapan data
- Tahapan analisa perancangan dalam produksi video PT Inti Gelora Andamari dipergunakan aplikasi-aplikasi penunjang diantaranya aplikasi *adobe photoshop CS6*, *adobe premiere CC* dan *Coreldraw2019* sebagai pengolahan video setelah dilakukan produksi secara terstruktur dan sistematis sesuai dengan pedoman skripsi.

B. Analisis

PT. Inti Gelora Andamari Permata Tangerang dalam jangka waktu 3 bulan menjual 53 unit rumah *type* Type Rumah Sunstone (29/60). Perusahaan menargetkan tingkat penjualan pada tahun 2021 harus meningkat dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2020. Dan untuk pelanggan tetap, perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih optimal agar terjalin hubungan bisnis yang berkesinambungan.

Kota Tangerang dianggap sebagai pangsa pasar potensial dikarenakan tingkat pendapatan penduduknya sudah berada di atas provinsi lain, disamping itu dari tingkat pendidikan,

sosial, dan budayanya juga sudah mengalami kemajuan sehingga akan mudah menerima informasi yang disampaikan. Penulis mengumpulkan analisis kebutuhan dengan investigasi terdokumentasi yang digunakan untuk menginformasikan kegiatan perencanaan instansi terutama sekitar keputusan persediaan,

Peneliti menggunakan produk berupa Media Komunikasi Visual sebagai penunjang promosi dan informasi yang didalamnya terdapat kebutuhan material produk sebagai berikut :

Jenis Produk	Material Produk
Media penunjang informasi dan Promosi menggunakan media komunikasi visual	1. Komputer PC/Laptop
	2. Kamera
	3. Drone

Tabel 1. Material Produk Pembuatan Media Komunikasi Visual

No.	Jenis Produk	Keterangan
1	Type Rumah Sunstone (29/60)	Luas tanah 60 M ²
2	Type Ruko Amethys (30-38/70)	Luas tanah 72 M ²

Tabel 2. Informasi Produk Perusahaan

Agar lebih lengkap dan menarik perhatian serta dapat membangun *image* atau citra PT. Inti Gelora Andamari Permata Tangerang, maka dirancanglah sebuah media penunjang informasi dan promosi dalam bentuk media komunikasi visual yang menarik, hasil karya media tersebut dirancang untuk memberikan nilai lebih pada saat penyusunan strategi pemasaran. Maksud dari strategi tersebut dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan dalam mengimplementasikan promosinya.

No	FUNGSIONAL	
	Analisa Kebutuhan	
Tampilan Awal		
1	Menampilkan video <i>Intro Bumper</i>	
2	Menampilkan Tulisan Permata Tangerang	
3	Menampilkan Tulisan By Kalindo Land	
4	Menampilkan video Keluarga didalam mobil	
5	Menampilkan video Halaman depan salah satu hunian (Beryl)	
Video Utama		
6	Menampilkan video Fasilitas keamanan	
7	Menampilkan video tamu disambut oleh <i>security</i>	
8	Menampilkan video akses arah dari keluar tol	
9	Menampilkan video ilustrasi gambar dari maps	
10	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Mall	
11	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Bandara	
12	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Stasiun Kereta	
13	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Kolam Renang	
14	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Rumah Sakit	

15	Menampilkan video Fasilitas Mall				
16	Menampilkan video Fasilitas Sekolah				
17	Menampilkan video Fasilitas Wahana Bermain				
18	Menampilkan video <i>Footage</i> produk yang dijual				
19	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang				
20	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah yang dijual				
21	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah dan toko yang dijual				
22	Menampilkan video <i>eye bird angle</i> informasi area strategis				
23	Menampilkan video Tulisan <i>website</i> Kalindo Land				
24	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang				
TAMPILAN AKHIR					
35	Menampilkan video <i>outro Bumper</i>				
36	Menampilkan informasi berupa <i>website</i> dan <i>contact</i> .				
NON FUNGSIONAL					
1	<i>Monitor : LCD 24 inchi widescreen, LED Sharp</i>				
2	<i>Processor : Ryzen 3 2200G 3.5GHz with Radeon Vega 8 Graphic</i>				
3	<i>Mouse : Logitech B100</i>				
4	<i>Keyboard : Logitech K120</i>				
5	<i>RAM : DDR4 V-Gen Tsunami 2x4 GB</i>				
6	<i>Hardisk : HDD WD Blue 500 GB, SSD Klev 120 GB, SSD Sandisk 120GB</i>				
7	<i>Speaker : GMC 888D3 BT</i>				
8	<i>Adobe After Effect CC 2017</i>				
9	<i>Adobe Premiere Pro CC 2017</i>				
10	<i>Adobe Audition CC2015</i>				
11	<i>CorelDraw 2019</i>				
12	Waktu : Waktu untuk membuat video ini diperlukan selama 4 Bulan				
13	Informasi yang diberikan dari video ini berupa <i>Sound On Tape – Voice Over</i>				

Tabel 3. Elisitasi Tahap I

No	FUNGSIONAL	M	D	I
	Analisa Kebutuhan			
	Saya ingin dapat :			
	Video Promosi Istana Nelayan Resto			
1	Menampilkan video <i>Intro Bumper</i>	X		
2	Menampilkan Tulisan Permata Tangerang	X		
3	Menampilkan Tulisan By Kalindo Land	X		
4	Menampilkan video Keluarga didalam mobil		X	
5	Menampilkan video Halaman depan salah satu hunian (Beryl)		X	

6	Menampilkan video Fasilitas keamanan		X		
7	Menampilkan video tamu disambut oleh <i>security</i>	X			
8	Menampilkan video akses arah dari keluar tol	X			
9	Menampilkan video ilustrasi gambar dari maps	X			
10	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Mall		X		
11	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Bandara		X		
12	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Stasiun Kereta		X		
13	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Kolam Renang		X		
14	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Rumah Sakit		X		
15	Menampilkan video Fasilitas Mall		X		
16	Menampilkan video Fasilitas Sekolah		X		
17	Menampilkan video Fasilitas Wahana Bermain		X		
18	Menampilkan video <i>Footage</i> produk yang dijual	X			
19	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang			X	
20	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah yang dijual		X		
21	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah dan toko yang dijual		X		
22	Menampilkan video <i>eye bird angle</i> informasi area strategis			X	
23	Menampilkan video Tulisan <i>website</i> Kalindo Land		X		
24	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang			X	
NON FUNGSIONAL					
25	<i>Monitor : LCD 24 inchi widescreen, LED Sharp</i>		X		
	<i>Processor : Ryzen 3 2200G 3.5GHz with Radeon Vega 8 Graphic</i>		X		
	<i>Mouse : Logitech B100</i>		X		
	<i>Keyboard : Logitech K120</i>		X		
	<i>RAM : DDR4 V-Gen Tsunami 2x4 GB</i>		X		
	<i>Hardisk : HDD WD Blue 500 GB, SSD Klev 120 GB, SSD Sandisk 120GB</i>		X		

Speaker : GMC 888D3 BT	x		
Adobe After Effect CC 2017	x		
Adobe Premiere Pro CC 2017	x		
Adobe Audition CC2015	x		
CorelDraw 2019	x		
Waktu : Waktu untuk membuat video ini diperlukan selama 4 Bulan		x	
Informasi yang diberikan dari video ini berupa <i>Sound On Tape</i> – <i>Voice Over</i>		x	

Tabel 4. Elisitasi Tahap II

No	FUNGSIONAL									
	Analisa Kebutuhan Saya ingin dapat :	T			O			E		
		L	M	H	L	M	H	L	M	H
	Video Promosi Istana Nelayan Resto									
1	Menampilkan video <i>Intro Bumper</i>		x			x		x		
2	Menampilkan Tulisan Permata Tangerang	x			x			x		
3	Menampilkan Tulisan By Kalindo Land	x			x			x		
4	Menampilkan video Keluarga didalam mobil	x			x			x		
5	Menampilkan video Halaman depan salah satu hunian (Beryl)	x			x			x		
6	Menampilkan video Fasilitas keamanan	x			x			x		
7	Menampilkan video tamu disambut oleh security		x			x			x	
8	Menampilkan video akses arah dari keluar tol		x			x			x	
9	Menampilkan video ilustrasi gambar dari maps		x			x			x	
10	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Mall	x				x		x		

11	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Bandara	x				x			x		
12	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Stasiun Kereta	x				x			x		
13	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Kolam Renang	x			x				x		
14	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Rumah Sakit	x			x				x		
15	Menampilkan video Fasilitas Mall		x			x				x	
16	Menampilkan video Fasilitas Sekolah		x			x				x	
17	Menampilkan video Fasilitas Wahana Bermain		x			x				x	
18	Menampilkan video Footage produk yang dijual		x			x				x	
19	Menampilkan video Tulisan PermataTgr	x				x				x	
20	Menampilkan video Detail informasi produk rumah yang dijual		x			x				x	
21	Menampilkan video Detail informasi produk rumah dan toko yang dijual		x			x				x	
22	Menampilkan video eye bird angle informasi area strategis	x				x				x	
23	Menampilkan video Tulisan website Kalindo Land	x				x				x	
24	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang	x				x				x	
NON FUNGSIONAL											
1	Monitor : LCD 24 inchi widescreen, LED Sharp		x						x		x

2	<i>Processor : Ryzen 3 2200G 3.5GHz with Radeon Vega 8 Graphic</i>			x		x							x
3	<i>Mouse : Logitech B100</i>			x			x			x			
4	<i>Keyboard : Logitech K120</i>			x			x			x			
5	<i>RAM : DDR4 V-Gen Tsunami 2x4 GB</i>				x		x						x
6	<i>Hardisk : HDD WD Blue 500 GB, SSD Klev 120 GB, SSD Sandisk 120GB</i>				x		x						x
7	<i>Speaker : GMC 888D3 BT</i>			x			x					x	
8	<i>Adobe After Effect CC 2017</i>				x			x	x				
9	<i>Adobe Premiere Pro CC 2017</i>			x			x		x				
10	<i>Adobe Audition CC2015</i>			x			x		x				
11	<i>CorelDraw X7</i>			x			x		x				
12	<i>Waktu : Waktu untuk membuat video ini diperlukan selama 4 Bulan</i>			x			x						x
13	Informasi yang diberikan dari video ini berupa <i>Sound On Tape – Voice Over</i>			x			x						x

Tabel 5. Elisitasi Tahap III

No	FUNGSIONAL	
	Analisa Kebutuhan	
	Saya ingin dapat : Video penunjang informasi dan promosi pada Permata Tangerang	
1.	Menampilkan video <i>Intro Bumper</i>	
2.	Menampilkan Tulisan Permata Tangerang	
3.	Menampilkan Tulisan By Kalindo Land	
4.	Menampilkan video Keluarga didalam mobil	

5	Menampilkan video Halaman depan salah satu hunian (<i>Beryl</i>)
6.	Menampilkan video Fasilitas keamanan
7.	Menampilkan video tamu disambut oleh <i>security</i>
8.	Menampilkan video akses arah dari keluar tol
9.	Menampilkan video ilustrasi gambar dari maps
10.	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Mall
11.	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Bandara
12.	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Stasiun Kereta
13.	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Kolam Renang
14.	Menampilkan video ilustrasi gambar fasilitas Rumah Sakit
15.	Menampilkan video Fasilitas Mall
16.	Menampilkan video Fasilitas Sekolah
17.	Menampilkan video Fasilitas Wahana Bermain
18	Menampilkan video <i>Footage</i> produk yang dijual
19	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang
20	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah yang dijual
21	Menampilkan video <i>Detail</i> informasi produk rumah dan toko yang dijual
22	Menampilkan video <i>eye bird angle</i> informasi area strategis
23	Menampilkan video Tulisan <i>website</i> Kalindo Land
24	Menampilkan video Tulisan Permata Tangerang
25	Menampilkan video <i>outro Bumper</i>
26	Menampilkan informasi berupa <i>website</i> dan <i>contact</i> .
NON FUNGSIONAL	
1	<i>Monitor : LCD 24 inchi widescreen, LED Sharp</i>
2	<i>Processor : Ryzen 3 2200G 3.5GHz with Radeon Vega 8 Graphic</i>
3	<i>Mouse : Logitech B100</i>
4	<i>Keyboard : Logitech K120</i>
5	<i>RAM : DDR4 V-Gen Tsunami 2x4 GB</i>
6	<i>Hardisk : HDD WD Blue 500 GB, SSD Klev 120 GB, SSD Sandisk 120GB</i>
7	<i>Speaker : GMC 888D3 BT</i>
8	<i>Adobe After Effect CC 2017</i>
9	<i>Adobe Premiere Pro CC 2017</i>
10	<i>Adobe Audition CC2015</i>

Tabel 6. Final Draf Elisitasi

IV. PERCOBAAN DAN HASIL PERCOBAAN

A. Percobaan

Semua isi yang terkait dalam pembuatan media komunikasi visual tersebut, dikemas dengan menggunakan pengembangan video

kreatif. Desain media komunikasi visual yang dirancang agar terlihat menarik dan memiliki karakter tersendiri, maka dalam proses visualisasi peneliti harus memperhatikan hal-hal yang akan mempengaruhi kegunaan dan nilai artistik sebuah media. Perancangan video promosi ini harus mencakup 70% dari khalayak sasaran. Video informasi dan promosi ini digunakan selama kondisi Permata Tangerang tidak mengalami perubahan baik strategi maupun manajemen.

Sebelum melakukan proses desain, peneliti terlebih dahulu merumuskan strategi media. Dimana strategi media ini menetapkan dua hal yaitu siapa sasarannya dan bagaimana cara mencapai sasaran tersebut. Adapun sasaran dari perancangan video komunikasi visual adalah untuk memenuhi 3 (tiga) aspek sasaran yaitu :1). *Geografi* : Tangerang, Indonesia. 2). *Demografi* : - Jenis Kelamin : Pria & Wanita, - Kelas Ekonomi : Menengah, - Sasaran : 1. Relasi Perusahaan, 2. Konsumen, 3. Masyarakat. 3) *Psikografi* : Konsumen, Relasi Perusahaan, dan Masyarakat yang ingin lebih mengetahui informasi dan promosi mengenai produk Permata Tangerang. Selain itu, untuk mencapai sasaran diatas sehingga tercapainya tingkat yang dinyatakan dalam tujuan media, maka ditetapkanlah dua hal yaitu apa yang menjadi media utama dan media penunjang. Rencananya video penunjang informasi dan promosi ini mulai digunakan awal tahun 2020 dengan jadwal promosi dalam jangka panjang yang disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan dari Permata Tangerang.

Dalam strategi kreatif ini hal yang ingin disampaikan kepada calon konsumen, relasi, dan masyarakat terhadap visualisasi yang terdapat pada perancangan media informasi dan promosi adalah eksistensi dari Permata Tangerang sebagai salah satu *perusahaan* properti yang memiliki kualitas produk yang tidak kalah dengan *competitor* sejenis serta bisa menjadi pilihan pertama dalam membeli properti. Selain pesan yang ingin disampaikan strategi kreatif ini juga menentukan *target audience* atau penerima pesan yang terdapat pada perancangan media promosi yang dilihat dari segi *geografis*, *demografis*, dan *psikografis* yaitu : 1). *Geografi* : Tangerang, Indonesia. 2). *Demografi* : - Jenis Kelamin : Pria & Wanita, -Kelas Ekonomi : Menengah, - Sasaran : 1. Relasi Perusahaan, 2. Konsumen, 3. Masyarakat. 3) *Psikografi* : Konsumen, Relasi Perusahaan, dan Masyarakat yang ingin lebih mengetahui informasi dan promosi mengenai produk Permata Tangerang. *Image* yang ingin disampaikan oleh peneliti dengan menampilkan media informasi dan promosi dengan kesan eksklusif, nyaman dan menekankan sebuah produk yang tidak mahal, diantaranya tata letak (*layout*), warna, tipografi dan gambar. Penyajian video media promosi dengan tetap mempertahankan warna-warna asli seperti warna biru adalah warna yang berasal dari warna identik Permata Tangerang, yang diolah dengan menggunakan kombinasi warna lain yang senada dengan warna aslinya. Untuk gambar video, peneliti menggunakan gambar atau *image* foto-foto yang diambil oleh peneliti sendiri dan diolah dengan menggunakan gabungan beberapa *software* pendukung yaitu *adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.

Penyajian visual pada video media informasi yaitu dengan pembentukan objek- objek dan pengaturan tata letak dengan menggunakan *Adobe Premiere CC*, *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* disesuaikan dengan kebutuhan rancangan. Adapun strategi visual yang ingin disampaikan peneliti adalah dengan pendekatan secara emosional yang terkesan formal namun tegas mulai dari gaya penampilan grafis, layout, jenis huruf dan warna dalam bentuk penyampaiannya dilakukan

secara sederhana agar konsumen dan relasi bisnis lebih mudah dalam memahaminya. Salah satunya adalah ilustrasi (foto dan video) yang mempunyai karakter khusus diperlukan dalam perancangan agar penyampaian misi media mudah dimengerti dan tepat sasaran, teks akan menyesuaikan bentuk-bentuk media yang telah direncanakan terdiri dari beberapa bagian yaitu judul (*headline*), subjudul, naskah (*body copy*), logo. Mandatoris.

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing bagian dari teks (tulisan). 1. Judul (*Headline*) Bagian terpenting dari teks menarik perhatian dan merupakan hal yang pertama kali dibaca. Judul akan mengarahkan pembaca untuk lebih jauh mengetahui tentang isi dari sebuah pesan atau informasi yang ada di perusahaan tersebut. 2. Sub Judul, Lanjutan keterangan dari judul yang akan menjelaskan makna dari judul, biasanya subjudul akan lebih panjang dari judul. 3. Naskah (*body copy*) Kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap berpikir dan bertindak lanjut. Secara kreatif bentuk naskah atau *body copy* dapat dikombinasikan dengan gambar dalam berbagai bentuk. 4. Logo, Setiap rancangan media promosi dicantumkan identitas atau logo perusahaan, karena logo adalah tanda pengenal atau identitas yang tetap dari sebuah perusahaan yang dibuat secara singkat, sederhana dan komunikatif. 5. Ilustrasi, unsur grafis yang sangat vital dan dapat disajikan mulai dari goresan atau titik sederhana sampai dengan yang kompleks. Ilustrasi berfungsi untuk : a. Menarik perhatian, b. Merangsang minat pembaca terhadap keseluruhan pesan. c. Memberikan penjelasan atas pernyataan, d. Menonjolkan keistimewaan daripada produk, e. Menciptakan suasana yang khas, f. Dramatisasi pesan, g. Menonjolkan suatu merk atau semboyan dan mendukung judul iklan. Ilustrasi dapat berupa gambar, foto, maupun grafis lainnya. Gambar merupakan penjelasan yang dapat menerjemahkan isi iklan secara menyeluruh, mampu menarik perhatian sekaligus menangkap pandangan secara sepiantas. 6. Mandatoris, Alamat Perusahaan, *No Telp, Fax, Email, Website*, 7. *Banner* spanduk yang didalamnya terdapat kata singkat satu atau dua kata, yang kuat untuk menjelaskan pesan.

Banner umumnya disertai warna latar yang mencolok/kontras dan diletakan pada sudut kiri atau kanan atas. Beberapa contoh kata tertulis dalam banner antara lain : Bonus, gratis, hemat, stok baru, harga promosi, bulan promosi, hadiah, diskon 50%, 8. Pancaran sinar (*flash*) Pancaran sinar merupakan visualisasi dengan maksud memberikan penekanan terhadap hal-hal penting dan spesifik dan diarahkan untuk menjadi center of interest.

Oleh sebab itu, peneliti menjabarkan visualisasi yang dipilih dan dapat dipergunakan pada media-media rancangan : 1. Totalitas warna yang dipilih. Menentukan unsur-unsur warna yang dipilih, jenis huruf yang dipakai, tata letak atau *layout* yang diterapkan, gaya penampilan grafis yang sesuai serta model yang dipilih untuk ditampilkan di setiap rancangan media. 2. *Typografi* yang banyak digunakan dalam rancangan ini adalah Jenis huruf yang fleksibel, berkesan sederhana dan kokoh. Pemakaian *typografi* dengan huruf besar dimaksudkan agar memberikan kemudahan kepada masyarakat luas serta calon konsumen dalam memahami maksud dan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan secara lugas, lembut, dan tegas. 3. Tata letak atau *layout* yang dipergunakan adalah dengan menata atau menyatukan unsur-unsur komunikasi visual mulai dari teks, gambar dan warna agar menjadi media komunikasi visual yang komunikatif dan dapat menarik perhatian pelanggan atau relasi bisnis. 4. Gaya penampilan grafis yang dipergunakan adalah menciptakan kesan elegan tapi tegas dan dinamis karena PT. Mida Karya Abadi *Land* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti. 5. Model yang dipergunakan dalam media promosi adalah gambar dan foto produk yang ada di PT. Mida Karya

Abadi Land, karena untuk mewakili dari keterangan teks yang ada dalam media promosi agar konsumen, masyarakat dan relasi perusahaan lebih mudah memahami isi informasi tersebut.

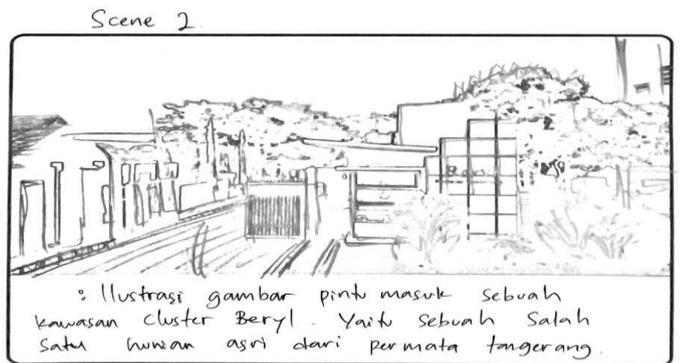
Menunjang promosi ini terlebih dahulu membuat sketsa yang disebut dengan *Storyboard*. Visualisasi ide yang berupa sketsa gambar ini untuk menggambarkan sebuah *project* yang akan dihasilkan. Sketsa gambar tersebut disusun sesuai dengan naskah yang telah dirancang. *Storyboard* dibuat *shot by shot* yang biasa disebut dengan *scene*. *Storyboard* sangat dibutuhkan selama proses pra produksi sebagai media bantuan visualisasi peneliti. *Image* yang disampaikan oleh peneliti dengan menampilkan media informasi dan promosi dengan kesan eksklusif, nyaman dan menekankan sebuah produk yang tidak mahal, diantaranya tata letak (*layout*), warna, tipografi dan gambar.

Penyajian visual pada video media informasi yaitu dengan pembentukan objek-objek dan pengaturan tata letak dengan menggunakan *Adobe Premiere CC*, *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* disesuaikan dengan kebutuhan rancangan. Adapun strategi visual yang ingin disampaikan peneliti adalah dengan pendekatan secara emosional yang terkesan formal namun tegas mulai dari gaya penampilan grafis, layout, jenis huruf dan warna dalam bentuk penyampaiannya dilakukan secara sederhana agar konsumen dan relasi bisnis lebih mudah dalam memahaminya.

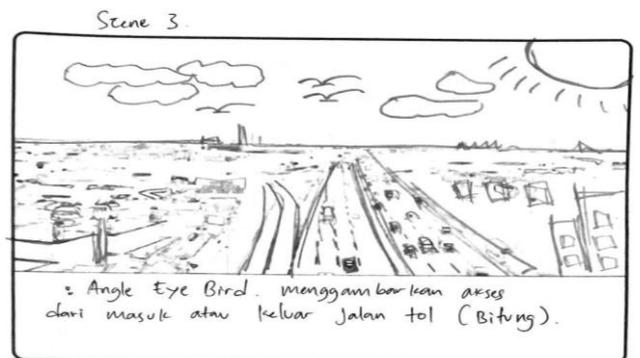
B. Hasil Percobaan

Hasil percobaan sebelum membuat rancangan komputer, peneliti terlebih dahulu membuat *layout* kasar dengan menggunakan alat gambar pensil dan kertas untuk memberikan kebebasan peneliti dalam menuangkan ide gagasan yang sesuai dengan perancangan, selain itu sebagai pedoman pada saat proses desain dengan menggunakan komputer. Proses – proses berikutnya, dalam hal ini yang dimaksud dengan *layout* kasar adalah penempatan elemen – elemen desain yang nantinya akan dipergunakan dalam perancangan media komunikasi visual yang disertai acuan standarisasi pada desain yang akan dibuat, umumnya dibuat hitam putih, salah satu diantaranya dapat dibuat dengan coretan atau sketsa dengan menggunakan pensil gambar.

Pada tahap ini peneliti akan menyesuaikan terhadap banyaknya jenis media yang akan dirancang dari media pertama hingga selanjutnya.

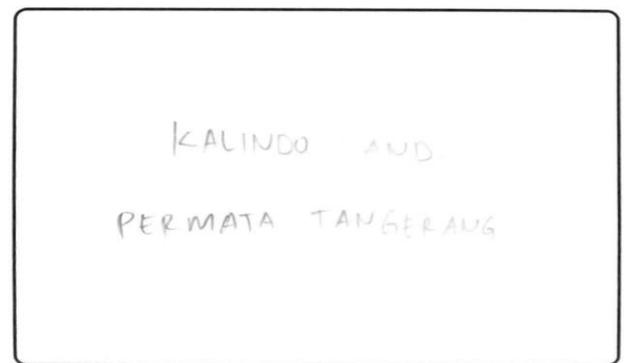
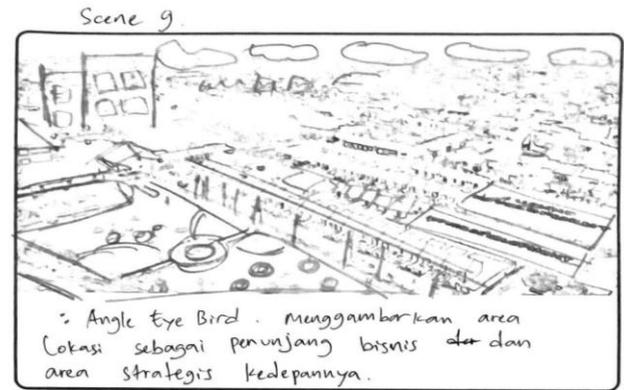
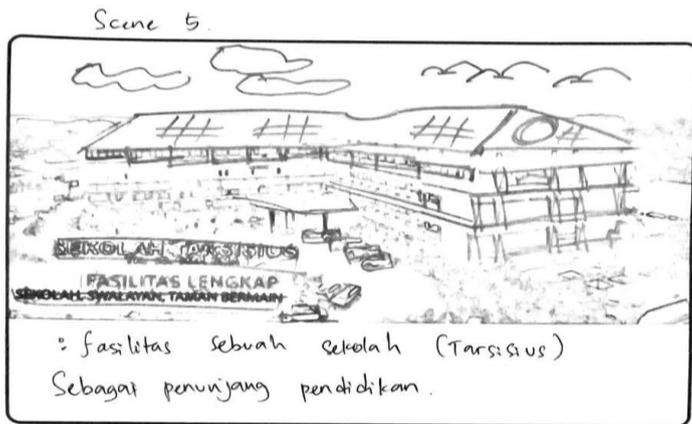


Gambar 3 EXT/Scene 1/ Menampilkan Ilustrasi Keluarga Yang Sedang Mencari Hunian/Day/Medium Shoot
EXT/Scene 2/ Menampilkan Ilustrasi Pintu Masuk Cluster Beryl/Day/Wide Shoot



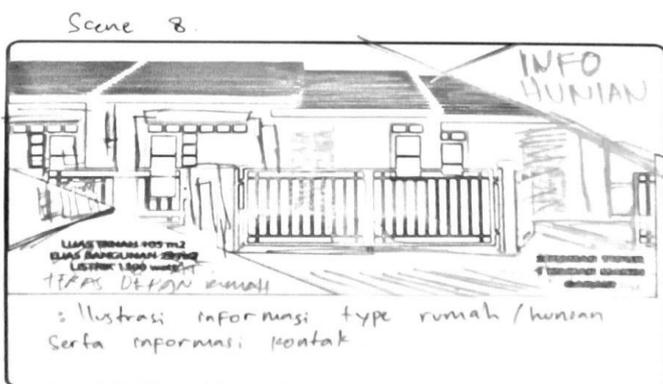
Gambar 4 EXT/Scene 3/ Menampilkan Ilustrasi Akses Masuk & Keluar Tol/Day/Eye Bird Shoot
EXT/Scene 4/ Menampilkan Ilustrasi Gedung Giant Mall/Day/Eye Bird Shoot

Gambar 6. EXT/Scene 7/ Menampilkan Ilustrasi Produk Yang Dijual/Day/Medium Shoot EXT/Scene 8/ Menampilkan Ilustrasi Type & Informasi Produk/Day/Medium Shoot



Gambar 5. EXT/Scene 5/ Menampilkan Ilustrasi Gedung Sekolah/Day/Eye Bird Shoot EXT/Scene 6/ Menampilkan Ilustrasi Kolam Renang/Day/Eye Bird Shoot

Gambar 7. EXT/Scene 9/ Menampilkan Ilustrasi Lokasi Strategis/Day/Eye Bird Shoot INT/Scene 7/ Menampilkan Logo KALINDO LAND & Permata Tangerang



Hasil *Script Writing* atau penulisan naskah dibuat sebuah ide atau gagasan cerita yang ditulis dengan sebuah konsep menarik untuk mempertunjukkan atau menampilkan suatu gagasan yang telah di desain sebelumnya.

N o.	Visual	Audio
1.	Menampilkan video Intro Bumper	Music
2.	Menampilkan Intro Logo Perusahaan	Permata Tangerang oleh KalindoLand, Mempersembahkan
3.	Menampilkan video ilustrasi keluarga	Hunian yang asri untuk mewujudkan
4.	Menampilkan video Cluster Beryl	Bahagia harmonis
5.	Menampilkan video mobil masuk cluster beryl	Fasilitas keamanan 24 Jam
6.	Menampilkan video jalan keluar tol	Permata Tangerang dapat diakses melalui
7.	Menampilkan video jalan masuk tol	pintu tol Bitung

		<i>hanya 10 menit</i>
8.	Menampilkan video peta lokasi	<i>Lokasi yang sangat strategis</i>
9.	Menampilkan video kawasan permata tangerang	<i>Terdepan pada kabupaten tangerang</i>

5	5	<i>Outdoor</i>	00:49-00:53	<i>EX T</i>	Menampilkan video supermarket <i>Giantmall</i>
6	6	<i>Outdoor</i>	00:53-00:57	<i>EX T</i>	Menampilkan video Sekolah Tarsisius

10	Menampilkan video supermall (Giant Mall)	<i>Dekat dengan bandara Stasiun Tangerang / Rumah sakit dan wahana bermain</i>
11	Menampilkan video Sekolah (Tarsisius)	
12	Menampilkan video Wahana Bermain Air	
13	Menampilkan video Produk Rumah	<i>Lengkapi kebersamaan anda dan keluarga bersama Permata Tangerang</i>
14	Menampilkan video Logo Permata Tangerang	<i>Music</i>
15	Menampilkan video Informasi Ruko	<i>Andalusite Kopel, Sunstone, Opal, Spinel, Aquamarine, Kios Michelia.</i>
16	Menampilkan video Informasi Rumah	
17	Menampilkan video lokasi strategis	<i>Tersedia segala fasilitas Terbaik dan akses yang Mempermudah para penghuni-nya</i>
18	Menampilkan teks website	<i>Music</i>
19	Menampilkan Logo Permata Tangerang	<i>Music</i>

Tabel 7. *Script Writing*

Rundown adalah susunan acara yang di rancang berdasarkan durasi waktu.

<i>N o</i>	<i>Scene</i>	<i>Locatio n</i>	<i>Duration</i>	<i>INT/ EXT</i>	<i>Description</i>
1	1	<i>Outdoor</i>	00:04-00:06	<i>EX T</i>	Menampilkan video ilustrasi keluarga
2	2	<i>Outdoor Cluster Beryl</i>	00:6-00:11	<i>EX T</i>	Menampilkan video Cluster Beryl
3	3	<i>Outdoor Cluster Beryl</i>	00:11-00:16	<i>EX T</i>	Menampilkan video mobil masuk cluster beryl
4	4	<i>Outdoor Jalan Tol</i>	00:16-00:49	<i>EX T</i>	Menampilkan video jalan keluar & masuk tol

<i>N o</i>	<i>Scene</i>	<i>Location</i>	<i>Duration</i>	<i>INT/ EXT</i>	<i>Description</i>
7	7	<i>Outdoo r</i>	00:57-01:05	<i>EX T</i>	Menampilkan video Kolam Renang <i>FunPark</i>
8	8	<i>Outdoo r</i>	01:05-01:15	<i>EX T</i>	Menampilkan video rumah

Tabel 8. *Rundown*

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisa pada sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Untuk merancang media komunikasi visual harus memperhatikan pesan informasi dan promosi yang akan disampaikan kepada sasaran. Media promosi dan informasi yang dikemas dalam bentuk media komunikasi visual sangat diperlukan bagi PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang), dengan adanya rancangan media komunikasi visual tersebut, diharapkan dapat meningkatkan suatu *image* atau citra PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang).
- Dari media komunikasi visual yang telah peneliti usulkan, diharapkan perusahaan dapat mencapai target keuntungan yang lebih besar dari total keuntungan pada tahun sebelumnya, dan juga dapat memperluas wilayah atau jangkuan *customer*.

B. Saran

Setelah menganalisa dan mempelajari permasalahan bentuk media promosi yang digunakan oleh PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang), maka selaku peneliti memberikan saran atau usulan sebagai berikut :

- Agar PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang) menambah bentuk promosi, dimana aspek identitas dan aspek visual lainnya disesuaikan PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang) sesuai perkembangan teknologi informasi yang ada.
- Agar PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang) menambah bentuk promosi berupa media komunikasi visual dimana aspek tampilan visualnya dapat mengangkat aspek citra, aspek identitas, dan unsur - unsur visual lainnya yang disesuaikan dengan citra dan reputasi PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang).
- Perlu adanya penelitian yang lebih lanjut, tentang kebutuhan-kebutuhan promosi sesuai dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, sehingga dapat menambah gambaran atau memberikan solusi terhadap permasalahan yang menyeluruh bagi PT. INTI GELORA ANDAMARI (Permata Tangerang).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budiarto, Mukti. Ulis Bella dan Nita Yuliania. 2018. Media Promosi dan Informasi pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja. Journal CICES. ISSN: 2356 – 5209. Vol.4, No. 2 : 218,
- [2] Dewi, Ingrid Rosalia dan Rini Malfiani. 2017. Perancangan Sistem Informasi Administrasi Pembayaran Pada SDIT Lampu Iman Karawang Berbasis Visual Basic 6.0. Karawang : STMIK Rosma. Jurnal Interkom Vol. 12 No. 2:
- [3] Eviawan, Ari. Falday Kurniawan, dan Akhirul Agustian. 2018. Kinerja Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Disperindag) Dalam Video Informasi Untuk Memberdayakan Industri Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Tangerang. Tangerang : STMIK Rajarha. Jurnal CICES. ISSN :2356-5209. Vol. 4 No.1 : 11
- [4] Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Sleman : Deepublish,
- [5] Rais, Nurlaila Suci Rahayu. Eduard Hotman Purba dan Siti Mutia Isnaini. 2018. Video Promosi Pada Fave Hotel LTC Glodok Jakarta Sebagai Penunjang Informasi. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja. Journal CICES. ISSN : 2356-5209. Vol.4, No.2 : 263,
- [6] Soepriyanto, Yerry dan Basith Rahmatullah. 2016. Pengembangan Video Termediasikan Augmented Reality Sebagai Electronic Performance Support System Dalam Pembelajaran. Malang : Universitas Malang. Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan. ISSN : 2599- 2139. Vol. 1 No. 2 : 112,
- [7] Sofnidar, Yuliana Riski. 2018. Pengembangan Media Melalui Aplikasi Adobe Flash dan Photoshop Berbasis Pendekatan Saintifik. Jambi : Universitas Jambi. Pendidikan Matematika PGSD FKIP Universitas Jambi. No.257 - 275.
- [8] Sunarya, Lusyani. Rindang Kusumaninggar, dan Adrian Syahputra. 2017. Tangerang : STMIK Raharja. Perancangan Media Promosi Video Profile Pada SMA Negeri 15 Kota Tangerang. Eksplora Informatika Vol. 6 No. 2 : 3.
- [9] Yanto, Robi, 2016. Manajemen Basis Data Menggunakan MySQL, Yogyakarta : Deepublish.