

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Promosi

Promosi merupakan hal penting dalam memperkenalkan produk dan menarik konsumen untuk membeli/menggunakan produk tersebut. Dikarenakan dengan adanya promosi, konsumen akan mengenal produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.1.1 Pengertian Promosi

Menurut Tjiptono, promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran. Dalam hal ini, aktivitas yang dilakukan adalah penyebaran informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan sasaran/ target mengenai suatu produk. Tujuan dari aktivitas tersebut adalah agar sasaran/ target mau menerima, membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Definisi lain yang dikemukakan oleh Rohaeni dalam (Syahbani, 2017), yaitu promosi adalah bagian penting dalam memperkenalkan suatu produk dan menarik konsumen agar membeli atau menggunakan produk tersebut. Promosi dilakukan agar konsumen mengenal suatu produk yang dihasilkan perusahaan.

Dari definisi tersebut, dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa promosi adalah menginformasikan produk/jasa sehingga konsumen mendapatkan informasi yang dapat mempengaruhi tingkat pembelian/penggunaan suatu produk.

2.1.2 Fungsi Promosi

Menurut Ardhi (2013), fungsi promosi yaitu:

1. Menarik Perhatian

Promosi diharapkan dapat mengambil perhatian target *audience* terhadap produk. Untuk memperkenalkan produk supaya orang tertarik, perlu penampilan habis - habisan dengan promosi, terlebih apabila produk tersebut adalah produk baru yang sudah banyak pesaing. Produk juga perlu dikemas dengan promosi yang menarik supaya bisa memancing perhatian audience.

2. Menciptakan Daya Tarik

Proses ini merupakan nilai inti dari promosi. Suatu hal yang menarik dari suatu produk adalah hal yang harus ditonjolkan dalam promosi. Meskipun di dalam suatu produk ada kelebihan dan kekurangan, namun kelebihan harus lebih ditonjolkan supaya membangun citra yang baik dari produk tersebut.

3. Mengembangkan rasa keingintahuan

Agar adanya ketertarikan orang untuk memiliki sesuatu, haruslah dikembangkan rasa keingintahuannya. Ketika rasa keingintahuan ada, maka orang tersebut akan mencari tahu informasi yang berhubungan dengan hal yang ingin diketahuinya.

2.1.3 Tujuan Promosi

Adapun tujuan promosi, khususnya dalam pemanfaatannya untuk ruang publik, adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberitahukan suatu informasi seputar ruang publik

kepadakhalayak umum.

2. Untuk memperoleh pengunjung baru
3. Untuk menaikkan jumlah pengunjung sehingga jumlah pengguna ruang publik akan meningkat
4. Untuk memilah dan mengandalkan fasilitas ruang publik
5. Untuk menyesuaikan citra ruang publik dimata pelanggan
6. Untuk mengganti tingkah laku dan gagasan terhadap khalayak umum

2.2 Taman

Menurut Djamal (2005), taman adalah sebidang tanah terbuka yang memiliki luasan tertentu dan di dalamnya terdapat pepohonan, perdu, semak, dan rerumputan yang dikombinasikan dengan kreasi bahan lainnya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan bahwa taman adalah ruang terbuka yang terdapat pepohonan yang bisa dikembangkan dengan pembangunan fasilitas lainnya sesuai dengan peruntukan taman.

2.2.1 Taman Langsung

Taman Langsung merupakan salah satu taman yang terletak di Jl. Barito, RT.1/RW.1, Kramat Pela, Kec. Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan. Taman ini memiliki luas sebesar 3,6 hektar dengan beragam fasilitas di dalamnya. Beberapa fasilitas tersebut adalah *jogging track* sepanjang 750 meter dengan lintasan selebar 2 meter dan turun naik seperti di perbukitan, lapangan tenis, arena permainan anak, danau, area koleksi tanaman, serta kolam teratai dan aliran sungai. Dari deskripsi tersebut, dapat tergambar bahwa Taman Langsung adalah taman yang asri karena dipenuhi banyak pepohonan besar.

2.3 Teori Desain, Media Videografi, dan Media Sosial

Teori desain, media videografi, dan media sosial adalah pengertian dari desain grafis, videografi, serta media sosial yang berdasarkan pengertian dari berbagai ahli di bidangnya.

a. Videografi

Menurut Arief S. Sadiman (2009: 74) menyatakan video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional. Menurut Stockman (2014), videografi adalah media untuk merekam suatu momen yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat dinikmati pada lain waktu, baik untuk sebuah kenangan maupun untuk bahan kajian mempelajari sesuatu. Pada perancangan promosi Taman Langsung, penulis menggunakan videografi sebagai salah satu media promosi Taman Langsung yang ditayangkan melalui iklan youtube.

Unsur Dalam Videografi Terdiri Dari:

- **Teks**

Teks terdiri dari unit-unit bahasa dalam penggunaannya. Unit-unit bahasa tersebut adalah merupakan unit gramatikal seperti klausa atau kalimat namun tidak pula didefinisikan berdasarkan ukuran panjang kalimatnya. Teks terkadang pula digambarkan sebagai sejenis kalimat yang super yaitu sebuah unit gramatikal yang lebih panjang dari pada sebuah kalimat yang saling berhubungan satu sama lain.

Jadi sebuah teks terdiri dari beberapa kalimat sehingga hal itulah yang membedakannya dengan pengertian kalimat tunggal. Selain itu sebuah teks dianggap sebagai unit semantik yaitu unit bahasa yang berhubungan dengan bentuk maknanya. Dengan demikian teks itu dalam realisasinya berhubungan dengan klausa yaitu satuan bahasa yang terdiri atas subjek dan predikat dan apabila diberi intonasi final akan menjadi sebuah kalimat.

- Gambar

Gambar dapat meringkas dan menyajikan data kompleks dengan cara yang baru dan lebih berguna. Sering dikatakan bahwa sebuah gambar mampu menyampaikan seribu kata tapi, itu hanya berlaku ketika kita bisa menampilkan gambar yang diinginkan saat kita memerlukannya. Gambar juga bisa berfungsi sebagai ikon, yang bila dipadu dengan teks, menunjukkan berbagai opsi yang bisa dipilih (select) atau gambar bisa muncul full-screen menggantikan teks, tapi tetap memiliki bagian-bagian tertentu yang berfungsi sebagai pemicu yang bila diklik akan menampilkan objek atau event multimedia lain.

- Audio

Audio adalah sesuatu yang disebabkan perubahan tekanan udara yang menjangkau gendang telinga manusia. Audio terdiri dari beberapa jenis yaitu Waveform Audio, Format DAT, Format MIDI, Audio CD, MP3. Dalam perancangan karya tugas akhir, penulis menggunakan beberapa software pengolah video sebagai berikut:

- Adobe Premiere Pro

Adalah sebuah aplikasi pengolah video yang digunakan untuk melakukan *rough cut*/penyatuan berbagai klip yang ada serta penambahan warna dalam video,

aplikasi ini juga digunakan penulis untuk mengubah audio supaya sesuai dengan klip atau *motion* yang ada.

- **Adobe After Effect**

Adalah sebuah aplikasi yang dapat menciptakan sebuah *motion graphic* yang penulis gunakan sebagai sarana penyampaian informasi dalam bentuk *motion* di dalam karya video.

b. Desain Grafis

Menurut Mella Jannah (2022), desain grafis adalah metode menyampaikan pesan visual berbentuk teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan. Dalam buku *What Is Graphic Design* (2002), Jessica Helfand menyatakan bahwa desain grafis adalah seni dalam memvisualisasikan ide. Dalam perancangan promosi Taman Langsung, desain grafis digunakan sebagai salah satu teknik untuk memvisualisasikan ide kreatif penulis ke dalam media yang dipilih, yakni melalui poster, billboard, konten Instagram, dan juga *merchandise*

c. Fotografi

Menurut Ansel Adams, fotografi adalah sebuah seni kreatif yang lebih dari sekedar sarana ide komunikasi faktual. Fotografi juga diartikan sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan beragam persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tak terbatas. Pada perancangan promosi Taman Langsung, fotografi digunakan sebagai salah satu teknik untuk menyampaikan pesan kedekatan keluarga dan pemandangan/lanskap Taman Langsung.

d. Motion Graphic

Berdasarkan pengertian dari Gallagher dan Paldy dalam bukunya yang

berjudul *Exploring Motion Graphic*, Motion graphics adalah teks, gambar, atau kombinasi yang bergerak dalam ruang dan waktu dengan penggunaan pergerakan dan ritme untuk pengkomunikasiannya. Dalam perancangan promosi Taman Langsat, digunakan motion graphic sebagai penambah informasi dalam video yang digunakan sebagai media.

e. Tipografi

Roy Brewer, dalam buku yang berjudul Pengantar Tipografi, mengartikan tipografi sebagai penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Menurut Danton Sihombing, tipografi adalah representasi visual dari bentuk komunikasi verbal, visual, dan efektif. Dalam perancangan promosi Taman Langsat, tipografi digunakan sebagai teknik untuk memilih dan menata huruf yang digunakan dalam media yang dipilih.

f. Warna

Menurut Nugraha yang dilansir dari jurnal, “Warna adalah kesan yang didapatkan oleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda.” Dan menurut Sanyoto “Warna secara objektif adalah sifat cahaya yang dipancarkan, dan secara subjektif/psikologis adalah bagian dari pengalaman indera penglihatan.” Berdasarkan definisi diatas, warna merupakan kesan yang didapatkan oleh mata dari pantulan cahaya yang dipancarkan, serta memunculkan efek psikologis.

g. Layout

Menurut Surianto Rustan, dalam bukunya yang berjudul Layout, Dasar & Penerapannya, *layout* adalah tata letak dari elemen desain terhadap bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep dan pesan yang akan disampaikan. Dalam perancangan promosi Taman Langsat, *layout/penataan* dilakukan untuk seluruh

media supaya mendukung konsep dan ide yang diinginkan, dan secara umum digunakan dalam media yang berkaitan dengan desain grafis, seperti poster, billboard, dan juga konten Instagram.

h. Media Sosial

Berdasarkan penjelasan dari Nasrullah (2015) dalam bukunya yang berjudul *Media sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, media sosial adalah medium yang berada di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain dalam ikatan sosial secara virtual. Dilansir juga dari buku *Media sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, menurut Boyd, media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu dapat berkolaborasi atau bermain.

i. Copywriting

Menurut Moriarty (2009), copywriting adalah proses yang menghasilkan nilai dan manfaat yang ditawarkan melalui teks. Dalam perancangan promosi Taman Langsat, copywriting digunakan untuk merancang dan mengeksekusi pemilihan kalimat yang efektif dalam menyampaikan pesan dan konsep.

2.4 Media

Media adalah perantara antara sumber informasi dengan penerima informasi.

a. Poster

Karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan tulisan di atas kertas dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak.

b. Iklan Digital

Periklanan Digital merupakan sebuah pemasaran sebuah brand maupun produk menggunakan media internet atau digital dengan tujuan menjangkau konsumen secara cepat dan tepat.

c. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

d. Billboard

Billboard adalah suatu bentuk periklanan ataupun promosi iklan poster yang ditempatkan diluar ruangan dan memiliki ukuran yang besar serta berada di posisi yang tinggi.