

Desain Video Pelayanan Jasa pada IKG Lippo dengan Adobe PremiereProCC

Giandari Maulani¹⁾, Sri Ernawati Amirullah²⁾, Ari Dualana³⁾

STMIK Raharja, Jl.Jendral Sudirman No.40 Modern Cikokol-Tangerang 15117

Telp.(021) 5529692, 5529586 Fax.(021) 5529742

e-mail: ¹⁾giandari@raharja.info, ²⁾sriernawatiamirullah@gmail.com, ³⁾ari.dualana@raharja.info

Abstrak

IKG Lippo singkatan dari Imperial Klub Golf Lippo yang merupakan perusahaan penyedia jasa khususnya dibidang olahraga Golf, saat ini banyak perusahaan jasa dibidang ini yang berusaha meningkatkan fasilitas dan keunggulannya masing-masing untuk bersaing, hal ini guna memberikan daya tarik kepada masyarakat agar dapat memilih tempat yang tepat untuk bermain Golf. IKG Lippo saat itu belum mempunyai media yang dapat menyampaikan informasi pelayanan jasa golfnya kepada masyarakat, sehingga memerlukan sebuah desain video pelayanan jasa yang menyajikan informasi pelayanan yang prima kepada masyarakat. Desain video pelayanan jasa ini dibuat dengan menggunakan Adobe PremiereProCC yang tujuannya untuk meningkatkan minat dan daya tarik masyarakat terhadap kualitas pelayanan terbaik yang dapat diberikan oleh IKG Lippo. Metodologi Penelitian ini menggunakan metode analisa permasalahan, metode pengumpulan data, metode analisa perancangan, metode konsep produksi media dan pengujiannya menggunakan Black Box Testing. Hasil akhir dari penelitian ini berupa video pelayanan jasa yang berdurasi 6 menit yang dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi IKG Lippo kepada masyarakat.

Kata Kunci: Video Pelayanan Jasa, IKG Lippo, Adobe PremiereProCC.

1. Pendahuluan

Perusahaan penyedia jasa khususnya di bidang olahraga Golf saat ini berkembang semakin pesat dan membuat banyak perusahaan penyedia jasa ini untuk terus meningkatkan fasilitas dan keunggulannya masing-masing agar dapat bersaing. Keunggulan dalam sebuah perusahaan harus lebih ditonjolkan, hal ini guna meningkatkan daya tarik kepada masyarakat, calon *customer* dan klien. Salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik ini yakni dengan menggunakan teknologi multimedia dalam bidang informasi yakni dalam bentuk video pelayanan jasa untuk keperluan informasi dan promosi kepada masyarakat. IKG Lippo singkatan dari *Imperial Klub Golf Lippo* yang merupakan *Business Unit* dari PT. Lippo Karawaci Tbk. yang bertempat di Jalan Pulau Golf No. 2709, Lippo Village 2700

Kec.Tangerang, Banten. IKG Lippo memiliki beragam *features* dan fasilitas diantaranya *Driving Range*, Lapangan Hijau Golf atau *Practice Green*, *Golf Cart*, *Pro Shop* dan lain-lain. Dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh IKG Lippo tersebut membuat kinerja para pegawai beserta pelayanannya menjadi hal yang diperhatikan di IKG Lippo, kinerja pegawai dan pelayanan terbaik yang diberikan dinilai dapat menginformasikan kepada masyarakat untuk dapat tertarik berolahraga golf serta meningkatkan *image* IKG Lippo. Untuk itu IKG Lippo membutuhkan video pelayanan jasa sebagai penunjang media informasi yang ditunjukkan kepada calon *customer*, menjalin relasi dengan klien ataupun sebagai media informasi kepada masyarakat secara umum. Bentuk *audio* visual lebih komunikatif dalam menyampaikan informasi dan promosi pada suatu perusahaan terutama perusahaan yang berhubungan langsung dengan *customer*, karena didalamnya sudah terdapat unsur suara dan gambar. Masyarakat sekarang ini lebih mudah menerima informasi dan promosi dalam bentuk media visualisasi yang menarik dan komunikatif, sehingga dengan adanya media video pelayanan jasa ini dapat dijadikan solusi dan alternatif pemecahan masalah yang terjadi pada IKG Lippo dan bermanfaat bagi masyarakat. Untuk rumusan masalah pada penelitian ini, antara lain : 1) Media seperti apakah yang dapat menginformasikan pelayanan jasa golf IKG Lippo kepada masyarakat? 2) Strategi apasaja yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat, daya tarik serta *image* IKG Lippo? 3) Bagaimana caranya IKG Lippo berkomunikasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat? Pertanyaan diatas harus dicari *solving problemnya* yang dapat digali pada penelitian ini, maka kemudian dipilihlah judul: *Desain video pelayanan jasa pada IKG Lippo dengan Adobe PremiereCC2015* yang ruang lingkupnya dibatasi pada informasi yang berkaitan dengan pelayanan jasa olahraga Golf pada IKG Lippo. Adapun tujuan penelitian ini, antara lain : 1) Untuk menciptakan rancangan/desain media *audio* visual dalam bentuk video agar dapat memiliki daya tarik yang efektif mengenai prosedur pelayanan jasa olahraga Golf yang dapat diberikan oleh IKG Lippo kepada masyarakat umum dan calon *customer* agar *image* perusahaan semakin baik. 2) Video pelayanan jasa ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam melakukan presentasi kepada klien

IKG Lippo. Untuk metodologi Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: 1) Metode Analisa Permasalahan; yakni metode yang didapatkan setelah melakukan analisa pada objek/tempat penelitian dan menemukan permasalahan-permasalahan yang terjadi. Untuk penelitian ini didapatkan hasil analisa permasalahan yang terjadi pada IKG Lippo yakni Sedikitnya informasi terutama dari sisi kualitas pelayanan, yang mana informasi-informasi tersebut berguna untuk membantu meningkatkan kualitas/mutu pelayanan kepada *Customer* dan *Client*. 2) Metode Pengumpulan Data; yaitu Metode yang berupa teknik/cara yang biasanya digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data. Metode/cara/teknik menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, ujian/tes, dokumentasi dan lainnya. Peneliti dapat menggunakan salah satu/gabungan, tergantung pada masalah yang dihadapinya. Adapun metode-metode Pengumpulan Data didalam penelitian ini berupa : A) Observasi; yaitu Suatu teknik yang penggunaannya untuk mengumpulkan data-data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ketempat yang dijadikan objek penelitian.[1] Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung menuju IKG Lippo. B) Wawancara; merupakan salahsatu cara pengumpulan data yang gunanya untuk memperoleh berbagai informasi-informasi dari sumbernya secara langsung. Wawancara dapat digunakan apabila hendak mengetahui berbagai hal dari responden dengan lebih mendalam, namun jika jumlah responden sedikit. Untuk kebutuhan penelitian ini, maka dilakukanlah wawancara dengan *Stakeholder* yaitu ibu Wiwinpuspa selaku HR&GA Manager pada IKG Lippo. C) Studi Pustaka/Studi Literatur; Tahap ini melakukan pengumpulan materi yang berasal dari tulisan-tulisan karya ilmiah, dll. Sumber untuk memperkuat penelitian ini sebagai landasan penulisan diambil dari buku-buku tahun terbaru, tulisan-tulisan pada karya ilmiah terkait serta jurnal-jurnal berkualitas yang tergabung kedalam CORIS, yang *contentnya* berhubungan dengan penelitian ini. 3) Metode Analisa Perancangan Media; berupa metode yang data-data serta informasi-informasinya diperoleh untuk dianalisis kembali agar memperoleh data yang benar-benar akurat dan penting untuk dijadikan *content* dari desain video pelayanan jasa yang akan ini dengan menggunakan *Software-software* pendukung untuk media audio visual, seperti : Adobe PremiereProCC 2015, Adobe AfterEffectsCC 2015 serta Adobe IllustratorCC 2015. 4) Metode KPM/Konsep Produksi Media; yakni Konsep sebuah desain yang dapat digunakan didalam penelitian ini yang didalamnya terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu: *Preproduction* merupakan suatu tahapan persiapan yang dilakukan sebelum kegiatan produksinya dimulai, tujuannya untuk kelancaran pembuatan desain video pelayanan jasa pada IKG Lippo. *Production* merupakan tahapan saat kegiatan produksi berjalan, yang menentukan kualitas desain video pelayanan jasa yang dibuat. *Post Production*

merupakan proses-proses akhir/*Finishing* pada sebuah karya sehingga menjadi sebuah hasil video pelayanan jasa yang utuh serta mampu menyampaikan informasi yang berupa cerita/pesan kepada para *Audience*. Dalam proses *postproduction* semua gambar yang didapat, disatukan dan diedit, termasuk juga kegiatan pemutaran video dan distribusinya. Penelitian ini memiliki Tinjauan Pustaka/Kajian Pustaka/*Literatur Review*, yang dapat dilakukan untuk menunjang metode wawancara dan observasi yang telah dilakukan serta pengumpulan informasi yang dibutuhkan dalam mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.[2] Untuk *Literature Review* yang digunakan pada penelitian ini diantaranya, yaitu :

- 1) Penelitian yang berjudul : *Perancangan Video Sosialisasi Perbaikan Jalan Kota Gerakan Sehari Tuntas (Perjaka Gesit) Pada Dinas Bina Marga dan SDA Kota Tangerang*. Inti dari penelitian ini yakni mensosialisasikan program layanan masyarakat dalam bentuk Perbaikan jalan kota dengan Gerakan Sehari Tuntas kepada masyarakat disekitar wilayah kotaTangerang. Video penelitiannya menjelaskan prosedur dan kinerja pemerintah Kota Tangerang dalam menanggapi keluhan-keluhan masyarakat terhadap kerusakan jalan didaerahnya.[3]
- 2) Penelitian yang berjudul : *Pengembangan Video Promosi Pariwisata Kota Tangerang Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disporparekraf)* yang penelitiannya menginformasikan dan mempromosikan tempat-tempat yang menjadi objek pariwisata di kota Tangerang kepada masyarakat.[4]
- 3) Penelitian yang berjudul : *Perancangan Video Profile Sebagai Media Penunjang Informasi Dan Promosi Pada Padjajaran Suites Business & Conference Hotel*. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk membuat media informasi dan promosi berbentuk video *profile* dengan maksud mempermudah pihak hotel memperkenalkan Padjajaran *Suites Business & Conference Hotel* kepada masyarakat secara luas.[5]
- 4) Penelitian yang berjudul : *Perancangan Media Video Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada SMK Kesehatan Letris Indonesia*. Tujuan penelitian ini untuk dapat menyampaikan informasi sekaligus promosi yang berbentuk video *profile* agar dapat membantu petugas penerima siswa baru didalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan SMK Kesehatan Letris Indonesia tersebut.[6]
- 5) Penelitian yang berjudul : *Perancangan Media Video Iklan Layanan Masyarakat pada PT. AIA Financial*. Hasil penelitian ini berbentuk video iklan layanan masyarakat yang memberikan informasi-informasi mengenai layanan asuransi kepada masyarakat.[7]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini antara lain : 1) Desain video pelayanan jasa pada IKG Lippo ini dibuat dengan Adobe PremiereProCC tahun

2015 yang berbeda dengan *literatur review* diatas. 2) Video pelayanan jasa ini dibuat untuk IKG Lippo dan hasilnya telah diimplementasikan untuk media promosi.

Landasan Teori pada penelitian ini : Desain adalah sebuah kata dengan banyak makna. Desain juga sudah menjadi salah satu aspek yang memiliki pengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat dan perkembangan.[8]

Video diambil gambarnya oleh kamera tunggal dan kemudian dirangkai dengan sedemikian rupa menjadi suatu penuturan berkesinambungan, semakin baik dipersiapkan maka biasanya semakin baik pula hasilnya.[9]

Pada dasarnya Jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik dan konstruksi, yang digunakannya pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkannya dan yang memberikan nilai tambah atas pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.[10]

Adobe PremierePro merupakan aplikasi video editing yang sangat populer dikalangan para profesional maupun pengguna (*user*) yang menyukai video editing dikarenakan memiliki tampilan-tampilan yang mudah untuk digunakan. *Software* ini dikembangkan oleh sebuah perusahaan yang sudah populer di bidang peranti lunak (*software*), yakni *Adobe System Incorporated*. [11]

Black Box Testing berfokus pada spesifikasi fungsional dari perangkat lunak. Pengujian *Black Box Testing* bukan solusi alternatif dari pengujian *White Box Testing* tetapi merupakan pelengkap untuk menguji hal-hal yang tidak dapat dicakup oleh pengujian *White Box Testing*. *Black Box Testing* dapat menemukan hal-hal seperti: Fungsi-fungsi yang tidak benar atau fungsi tidak ada, Kesalahan-kesalahan antarmuka, Kesalahan-kesalahan pada struktur data dan akses-akses basis data, Kesalahan-kesalahan *Performance* serta Kesalahan-kesalahan inisialisasi dan terminasi.[12]

2. Pembahasan

Media-media informasi maupun media promosi yang sering kita lihat merupakan suatu bentuk nyata dari sebuah ide/gagasan yang dituangkan melalui berbagai macam bentuk, salah satunya video. Video pelayanan jasa ini mengambil ide dari video *profile* khusus perusahaan yang bergerak khusus dibidang jasa. Video pelayanan jasa ini juga dikhususkan dalam segi pelayanannya terhadap *customers* yang menyukai olahraga Golf. IKG Lippo singkatan dari *Imperial Klub Golf Lippo* yang merupakan *business unit* dari PT.Lippo Karawaci Tbk yang bergerak dibidang pelayanan jasa untuk olahraga Golf. Dalam perkembangannya sekarang ini, IKG Lippo semakin diminati para *Golfers*, ini terbukti dari jumlah pengunjung yang melonjak saat hari libur dan saat-saat turnamen, jumlah pengunjung meningkat dari jumlah per *Fliet* nya yang semula hanya 3 (tiga) orang hingga menjadi 6 (enam) orang per *Fliet*. IKG Lippo merupakan klub golf yang tempatnya merupakan hasil desain dari desainer inggris, setiap *Hole*

didesain untuk memberikan kenyamanan dan kesan tersendiri bagi *Golfers* dan para pengunjung yang datang. IKG Lippo memiliki penawaran harga khusus untuk wanita pada setiap hari Selasa dan Jumat yaitu penawaran harga sebesar Rp.378.000 (tiga ratus tujuh puluh delapan ribu rupiah) dari tarif normal perharinya yang berada di kisaran harga Rp.500.000 (lima ratus ribu rupiah) sampai dengan Rp.1.200.000 (satu juta dua ratus ribu rupiah). Harga yang diberikan hampir sama dengan tempat-tempat golf pesaing didaerah sekitar Tangerang dan juga Jakarta, dikarenakan hal tersebut maka IKG Lippo perlu melakukan promosi yang gencar dengan media yang tepat serta melakukan peningkatan dari sisi pelayanan. Pembuatan desain video pelayanan jasa pada IKG Lippo ini didasarkan pada hal tersebut diatas yang disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan *Stakeholder*. Untuk pembuatan desain video pelayanan jasa ini juga dibutuhkan beberapa alat yang berfungsi sebagai media didalam pembuatan video *Audio Visual*, yang didalamnya terdiri atas: 2 (dua) buah Kamera DSLR Canon 600D, Memory *External*, Lensa Kit, Lensa Fix, *Steadicam*, Laptop dan Tripod. Selain itu Video ini juga berisi data-data serta informasi yang didapat dari IKG Lippo, dengan menggabungkan gambar-gambar serta *sound* yang kemudian dipadupadankan dengan *effect-effect visual*. Adapun konfigurasi desain Video pelayanan jasa ini dijabarkan sebagai berikut : 1) Spesifikasi Perangkat keras (*Hardware*); Desain video ini membutuhkan 1 (satu) buah unit Laptop dengan spesifikasi Laptop HP *Nvidia Geforce*, *Prosecor* Intel Core i3, Monitor layar 14 inch HD, Mouse HP invent, RAM 6 GB dan *Harddisk External* Toshiba 1 (satu) Terabyte. 2) Spesifikasi Perangkat Lunak (*Software*) yang digunakan dalam pembuatan video pelayanan jasa ini yakni Adobe PremiereProCC 2015, Adobe AfterEffectProCC 2015 dan Adobe PhotoshopCC 2015. Seluruh komponen pendukung ini sangat penting dalam pembuatan desain video pelayanan jasa yang bertujuan agar video ini menjadi sangat menarik untuk disajikan, terutama kepada masyarakat calon *Client* potensial dari IKG Lippo. *Market positioning* dilakukan IKG Lippo dalam merancang dan memasarkan layanan jasa agar dapat tercipta kesan baik untuk *customers*. IKG Lippo ingin memiliki kesan yang mewah, sangat indonesia dan memberikan kesan elegan berkelas. Target omset dari IKG Lippo dalam sebulan diharapkan mencapai sebesar 2,2 (dua koma dua) milyar rupiah dan dengan terciptanya video pelayanan jasa ini dimaksudkan agar banyak orang yang mengetahui akan keberadaan IKG Lippo, selain itu video ini juga akan dipublikasikan melalui media sosial terkenal yaitu *Youtube* sehingga fasilitas pelayanan IKG Lippo dapat dilihat oleh para *customers* dan menarik minat mereka untuk memilih dan segera melakukan *booking* tempat untuk bermain Golf bersama rekan-rekan mereka.

Untuk *Market Segmentation* terbagi menjadi 2 (dua) dari sisi Geografi, yaitu Khusus Wilayah Jabodetabek dan sekitarnya, serta Umum yaitu Wilayah Indonesia. Untuk *Market Segmentation* terbagi menjadi 5 (lima) dari sisi

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

Demografi, yaitu : 1) Jenis kelamin (Pria & Wanita), 2) Usia (17-55 tahun), 3) Kelas Ekonomi (Menengah keatas), 4) Sasaran (*Customers, Client* Perusahaan serta Masyarakat umum yang berada diwilayah sekitar Tangerang dan Jakarta), 5) Psikografi (*Customers, Client* Perusahaan dan Masyarakat yang ingin mengetahui prosedur pelayanan jasa olahraga Golf IKG Lippo ini).

Untuk *Marketing Strategynya* IKG Lippo membuka tarif mulai dari Rp.168.000 (Seratus enam puluh delapan ribu rupiah) sampai dengan Rp.1.998.000 (satu juta sembilan ratus sembilan puluh delapan ribu rupiah) setiap pemain/perGolfer, dengan tarif harga yang lumayan tinggi tersebut tentunya harus sebanding dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan yang terus ditingkatkan oleh IKG Lippo. Untuk konsentrasi *marketing strategynya*, IKG Lippo memiliki sasaran kaum potensial yakni orang dewasa dan eksekutif muda dengan sasaran wilayah Tangerang dan Jakarta. Strateginya yakni adanya pemberian diskon (*discount*) serta penyelenggaraan turnamen-turnamen yang bertujuan untuk menarik minat para pengunjung. Salah satu bentuk turnamen yang sering digelar yakni *Manly Tournament* yang pelaksanaannya diselenggarakan setiap bulan. Strategi lainnya yakni untuk setiap hari-hari besar (tanggal merah), selain itu bentuk strategi lainnya yakni dengan dibuatnya video pelayanan jasa ini sebagai media untuk promosi gencar kepada masyarakat secara luas.

Sinopsis dalam penelitian ini: Adapun sinopsis merupakan bagian alur cerita yang menghubungkan cerita awal mula sampai dengan cerita akhir yang kemudian digabungkan menjadi jalan cerita yang menarik perhatian. Berikut ini sinopsis dari desain video pelayanan jasa ini : *"IKG Lippo merupakan Business unit yang bergerak dibidang jasa Golf yang terletak di Lippo Karawaci Tangerang dibawah naungan PT. Lippo Karawaci Tbk. Pada suasana pagi, terlihat tamu datang ke IKG Lippo yang kemudian disambut dengan senyuman hangat dari para porter dan security, tamu lalu memasuki ruangan untuk reservasi dan menaruh barang-barang bawasanya kedalam locker tamu yang akan disambut oleh seorang locker attendant. Sebelum tamu bermain golf, tamu akan diarahkan oleh starter untuk memulai di hole berapa yang kosong. Tamu dipandu oleh caddy saat akan memulai, saat bermain golf serta saat tamu telah selesai bermain golf"*.

Story Board

Untuk *Story boardnya* digambarkan seperti dibawah ini :



Gambar 1. Logo Bumper Opening

Gambar 1 diatas menunjukkan sebuah Logo yang dimiliki oleh IKG Lippo, Logo berwarna kombinasi dari hijau, merah maroon dan kuning.



Gambar 2. Tamu datang dan disapa oleh porter.

Gambar 2 diatas menunjukkan aktifitas yang dilakukan oleh Porter jika ada tamu yang datang, maka kewajiban Porter untuk segera datang menyambut hangat dan menyapa para tamu tersebut.



Gambar 3. Melakukan Registration

Gambar 3 diatas menunjukkan aktifitas registrasi yang dilakukan oleh para tamu untuk pengisian data-data pribadi, serah terima kunci *locker* barang dan selanjutnya tamu akan diarahkan menuju *starter* untuk informasi di *hole* mana yang masih kosong.



Gambar 4. Caddy memandu di Golf Car




Gambar 4 diatas menunjukkan aktifitas tamu yang dipandu oleh Caddy dengan menggunakan Golf Car; saat akan memulai, ketika sedang bermain, sampai dengan tamu selesai bermain golf.

Untuk mendukung penelitian ini maka dilakukan suatu pengujian dengan menggunakan metode pengujian *Blackbox Testing*, dengan maksud agar penelitian dalam bentuk video ini sudah bebas dari kemungkinan kesalahan (*bug*) hingga hasilnya dinyatakan Valid.

Tabel 1. *Blackbox Testing*

No.	Skenario Pengujian	Test Case
1.	Menampilkan logo bumper opening Imperial Klub Golf.	
2.	Menampilkan Tamu datang dan disapa oleh Porter.	
3.	Menampilkan video tamu melakukan registrasi di Reception	

4.	Menampilkan video Caddy membawa Car dengan Golfers golf.	
----	--	---

No.	Hasil Pengujian	Keterangan
1.		Valid
2.		Valid
3.		Valid

4.		Valid
----	---	-------

Hubungan Penelitian ini dengan Tema SENSITEK 2018 yakni : Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (SENSITEK) 2018 kali ini bertema “*Digitalpreneurship in the Millennial Generation*” yang mana memiliki hubungan dengan penelitian ini, antara lain: 1) Penelitian ini membicarakan mengenai olahraga Golf; tempat dan pelayanannya, dimana telah diketahui bahwa olahraga Golf ini merupakan olahraga yang digemari oleh kaum muda milenial (*Millennial Generation*). 2) Penelitian ini menghasilkan Video Pelayanan Jasa yang diunggah di *channel Youtube*, yang merupakan *channel* para kaum muda milenial untuk mengakses berbagai informasi dalam bentuk video digital. 3) Video Pelayanan Jasa ini dibuat secara *Computerized* dengan menggunakan *Hardware* dan *Software* khusus berbasis digital seperti yang dijelaskan Informasi Video diatas.

3. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini, yaitu : 1) Media yang tepat untuk menginformasikan bentuk pelayanan IKG Lippo yakni dalam bentuk video pelayanan jasa, karena media video pelayanan jasa ini menampilkan rangkaian audio visual yang dirancang secara menarik dengan konsep tertentu yang digunakan untuk menginformasikan dan mempromosikan IKG Lippo yang bersifat lebih komunikatif dibandingkan dengan media yang hanya dalam bentuk visual saja.

2) Dengan dibuatnya media audio visual dalam bentuk video pelayanan jasa ini ternyata mampu memberikan daya tarik dan meningkatkan *brand image* IKG Lippo karena Pelayanan dapat memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan *Customers*. Media dalam bentuk video pelayanan jasa ini bersifat lebih komunikatif dan informasi pelayanan jasa yang disampaikan lebih efektif sehingga pencapaian target omset dari IKG Lippo telah sesuai dengan yang diinginkan yakni mencapai 2,2 (dua koma dua) milyar rupiah perbulan.

3) Dengan dibuatnya desain video pelayanan jasa ini maka lebih memudahkan pihak IKG Lippo dalam

melakukan presentasi terhadap *Client* maupun kepada masyarakat.

Saran dari penelitian ini yaitu : 1) Disarankan agar dapat terus mempergunakan video pelayanan jasa yang telah disosialisasikan ke media sosial *Youtube* ini secara berkala sehingga masyarakat umum dapat terus melihat dan mengetahui fasilitas dan pelayanan terbaik yang dapat diberikan oleh IKG Lippo. 2) Disarankan untuk senantiasa memperbaharui/meng*upgrade* informasi-informasi yang terkait dengan perkembangan IKG Lippo, dengan menyajikan tampilan media yang lebih menarik yang berisi pencapaian yang telah diraih oleh IKG Lippo. 3) Disarankan dengan adanya media informasi dan promosi dalam bentuk video pelayanan jasa ini, IKG Lippo dapat lebih meningkat lagi performa pelayanannya.

Daftar Pustaka

- [1]. N.K.D.A. Jayanti, “Implementasi Simple Additive Weight untuk rekomendasi jabatan pada satuan kerja perangkat daerah”, Jurnal ilmiah Sisfotenika, STMIK Pontianak, Vol. 6 No. 1 pp.24, Januari 2016.
- [2]. H. Harmawan, A. Sutikno & D.F. Simatupang, “Aplikasi sistem informasi penanganan problem produksi pada PT.Gajah Tunggal,Tbk”. Prosiding SEMNASTEKNO MEDIA, AMIKOM Yogyakarta, Buku 2, Kode Prosiding 2. pp: 2.10-56. 10 Februari 2018.
- [3]. A. Mulyana, “Perancangan Video Sosialisasi Perbaikan Jalan Kota Gerakan Sehari Tuntas Pada Dinas Bina Marga Dan SDA Kota Tangerang”, Skripsi. STMIK Raharja, Tangerang, 2016.
- [4]. N.J. Sasongko, “Pengembangan Video Promosi Pariwisata Kota Tangerang pada Disporparekrif (Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)”. Skripsi. STMIK Raharja, Tangerang, 2016.
- [5]. P. Apriliyani, “Perancangan Video Profile sebagai media penunjang informasi & promosi pada Padjadjaran Suites B&C Hotel”. Skripsi. STMIK Raharja, Tangerang, 2015.
- [6]. S. Isnaini, “Perancangan media Video Profile sebagai sarana informasi & promosi pada SMK Kesehatan Letris Indonesia”. Skripsi. STMIK Raharja, Tangerang, 2015.
- [7]. F. Aditya, “Perancangan Media Video Iklan Layanan Masyarakat pada PT.AIA Financial”, Skripsi. STMIK Raharja, Tangerang, 2015.
- [8]. D. Immaniar, Iswahyudi & W. Setiono, “Potensi perancangan web responsif sebagai media komunikasi visual”. CCIT Journal, Tangerang : STMIK Raharja, Vol.9 No.2 pp.140, Januari 2016.
- [9]. S. Nugroho, Teknik Dasar Videografi. Yogyakarta : Penerbit ANDI, pp.48 Edisi 1, 2014.
- [10]. N.H. Abdurrahman, Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung : CV.Pustaka Setia, Cetakan Pertama, pp.103, Maret 2015.
- [11]. M. Sugianto, Adobe PremiereProCS5 Seri Belajar Cepat. Yogyakarta: Penerbit ANDI, Edisi 1, pp. 1, 2012.
- [12]. A.S. Rafika, M. Budiarto & W. Budiarto, “Aplikasi Monitoring sistem absensi sidik jari sebagai pendukung pembayaran biaya pegawai terpusat dengan SAP”. CCIT Journal Tangerang : STMIK Raharja, Vol.8, No.3, pp.141, Mei 2015.