

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikan Penelitian

Pada era ini iklan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk memberikan serta menyebarkan informasi kepada khalayak ramai. Iklan salah satu media yang memiliki berbagai macam sarana atau alat untuk memberikan informasi. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, maka kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya komunikasi media luar ruang. Media komunikasi luar ruang yang umum digunakan meliputi reklame, baliho, spanduk dan neon boks merupakan serangkaian upaya yang kerap dilakukan oleh media promosi.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima selanjutnya dilakukan oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (Cangara, 2006:119). Media adalah salah satu alat atau sarana yang dijadikan sebagai strategi komunikasi untuk memberikan informasi-informasi secara cepat kepada khalayak ramai.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301). Contohnya seperti media luar ruang. Media luar ruang adalah alat untuk beriklan yang diletakkan di luar ruangan dan berisi suatu informasi tertentu dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat umum yang melihat. Sehingga

diharapkan masyarakat yang melihat dapat melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan orang atau organisasi yang mengiklankan.

Semakin berkembangnya teknologi, media untuk mengiklankan suatu produk juga terus berkembang. Salah satunya adalah *Light Emitting Diode (LED) Display* yang dipasangkan pada badan kendaraan yaitu mini bus. LED adalah salah satu komponen elektronika yang dapat memancarkan cahaya monokromatik ketika diberikan tegangan. Bentuk *LED* mirip dengan sebuah bola lampu yang kecil dan dapat dipasangkan dengan mudah ke dalam berbagai perangkat elektronika. Salah satu media iklan yang akhir-akhir ini kerap terlihat melewati Jalan Pondok Indah yang menjadi pusat perhatian pengguna jalan yaitu *Mobile LED MING*. *Mobile LED MING* menggunakan konsep berupa media iklan berjalan sehingga *Mobile LED MING* yang bergerak menuju lokasi-lokasi bisnis premium di Ibukota ini akan menghasilkan iklan yang ditampilkan menjadi lebih efektif untuk mendekati target pasar produk.

PT. Mitra Inovasi Gemilang mengeluarkan media beriklan yang unik yaitu *Mobile LED MING*. *Mobile LED MING* adalah mobil yang memancarkan cahaya dengan warna-warna yang terang. Iklan yang disajikan oleh *Mobile LED MING* hanya ada satu iklan saja dengan *full screen* ditambah dengan stiker iklan di badan mobil tersebut. Kelebihan menggunakan media promosi periklanan jenis *Mobile LED MING* adalah kemampuan dalam menampilkan gambar visual bergerak secara detail dengan resolusi tinggi sehingga membuat tampilan iklan lebih menarik dan lebih persuasif. Salah satu tujuan adanya *Mobile LED MING* ini adalah solusi menjawab pemerintah yang sedang gencar untuk menata keindahan kota dengan membatasi papan-papan iklan yang ada di sudut-sudut jalan. *Mobile LED MING* ini beroperasi di 4 rute paling strategis di jalanan Ibukota, seperti Sudirman, Thamrin, Rasuna Said, Monas, dll. Mulai beroperasi dari jam 7 pagi hingga jam 9 malam WIB di hari senin sampai jumat dan jam 10 pagi hingga jam 9 malam WIB di hari sabtu.

Salah satu kompetitor dari *Mobile LED MING* ini yaitu salah satunya Ubiklan. Ubiklan ini hanya menggunakan sticker yang ditempel di badan mobil salah satu cara Ubiklan menampilkan iklan dengan adanya neon boks diatas mobil tersebut. Berbeda dengan *Mobile LED MING* yang menggunakan videotron di seluruh badan mobil.



Gambar 1 Mobil LED MING dan Mobil Ubiklan
(Sumber: Instagram @ming_promotion dan @ubiklan)

Jenis mobil yang digunakan Ubiklan juga hanya mobil-mobil keluarga sedangkan *Mobile LED MING* ini menggunakan mini bus dengan tujuan agar menjadi pusat perhatian dan memudahkan masyarakat untuk melihat iklan tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti memilih *Mobile LED MING* sebagai subjek dari penelitian. Dimana *Mobile LED MING* adalah salah satu media dalam menyampaikan pesan iklan yang unik. Media yang digunakan dari *Mobile LED MING* adalah media luar ruang. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui tentang Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan Melalui *Mobile LED MING*.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian berfungsi sebagai pembatasan studi kualitatif, sekaligus membatasi penelitian, guna memilih data yang baik dan juga relevan. Pada penelitian ini peneliti lebih berfokus pada Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan Melalui *Mobile LED MING*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan focus penelitian diatas maka dapat disimpulkan pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan Melalui *Mobile LED MING* ?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan Melalui *Mobile LED MING*.

Mutia Nella Rahmayanti, 2020

Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan Melalui Mobile LED MING
UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang sudah dilakukan diharapkan oleh penulis sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan bermanfaat untuk sebagai sumbangan dalam pemikiran kajian studi komunikasi.
2. Menjadi salah satu bahan acuan yang dapat digunakan dalam studi komunikasi.
3. Menjadi salah satu bahan kajian yang bermanfaat dalam penulisan ilmiah berkenaan dengan strategi komunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini secara nyata diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian ataupun sejenisnya. Hasil yang sudah dilakukan ini juga diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai strategi komunikasi. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam menyampaikan pesan iklan melalui *Mobile LED MING*.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang signifikan penelitian, fokus pertanyaan, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berfikir yang relevan digunakan sebagai dasar pemikiran dan memberikan arah dalam penelitian. Hal ini mengarahkan penulis untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian yang harus ditemukan melalui teori dan konsep.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dari mulai metode pengumpulan data, penentuan *informan*, teknik analisis data, teknik keabsahan data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambarann dan kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah.

BAB V : PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang maslah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.