

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi menggabungkan perencanaan komunikasi dan manajemen, yang merupakan rencana matang yang telah dibuat sebelumnya untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pengenalan audiens, pesan, media, komunikator, dan metodologi adalah faktor yang harus diperhitungkan saat mengembangkan strategi komunikasi. Peneliti mengacu pada teknik penyebaran media grafis yang bekerja mirip dengan fotografi dan vedografi untuk meningkatkan minat pelanggan. Penerapan ide, perencanaan, dan pelaksanaan suatu tindakan dalam kerangka waktu tertentu adalah semua aspek strategi. Strategi adalah pendekatan komprehensif untuk perencanaan, implementasi, dan penyelesaian tugas dalam kerangka waktu tertentu. Teknik adalah alat. Strategi merupakan alat buat mencapai tujuan, tujuan utamanya agar perusahaan mampu melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal.¹

Penyelenggara acara, juga dikenal sebagai EO, adalah perusahaan di industri jasa yang telah dipilih secara sah oleh klien untuk merencanakan, mempersiapkan, melaksanakan, dan mengevaluasi serangkaian acara untuk membantu klien mencapai tujuan yang mereka miliki. ditetapkan untuk acara tersebut. Pada dasarnya, EO adalah mereka yang berpartisipasi dalam grup yang mengelola program mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan setelah acara. Meskipun layanan EO sudah mulai berkembang di Indonesia, diyakini tidak akan mampu

¹ Freddy Rangkuti, Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 183

menarik cukup banyak anggota komunitas kita untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan utama mereka. Akibatnya, hanya beberapa EO di Indonesia yang mampu menguasai pasar yang signifikan. Sebaliknya, ini adalah kesempatan untuk anak muda menjadi kesempatan untuk memulai bisnis di bidang jasa EO. Beberapa jenis EO yang dikenal selama ini adalah: agensi layanan satu titik, acara MICE atau pertemuan, insentif, konferensi dan pameran, musik atau hiburan/promotor musik, penganjur pernikahan atau penganjur pernikahan, ulang tahun, dan penganjur pribadi.²

Penulis tertarik meneliti karena penggunaan media grafis, atau media visual yang menyampaikan informasi, pemikiran, dan konsep melalui kata-kata, frasa, angka, dan berbagai simbol atau gambar, biasanya merupakan langkah awal dalam layanan Event Organizer (EO). Bagi orang yang ingin mengabadikan kenangan tak ternilai harganya, media visual seperti fotografi, videografi, dan desain grafis sangatlah penting. Membantu pelanggan dengan dokumentasi acara yang diperlukan. Sekelompok anak muda yang ingin membangun siklus ekonomi yang terintegrasi dan bermanfaat bagi banyak orang mendirikan Altafani Production. Karena Altafani Production adalah jenis perusahaan layanan multimedia yang menawarkan layanan untuk memproduksi konten digital orisinal. Tak perlu dikatakan bahwa Altafani Production penuh dengan individu muda dengan keahlian dalam fotografi, videografi, dan desain grafis, yang berkontribusi pada kesuksesan awal perusahaan.

Saat ini, pertumbuhan fotografi dan videografi di seluruh dunia terjadi dengan sangat cepat, dan terus menjadi lebih baik. Beberapa orang

² Donny Perdana de Keizer, Event organizer Sebagai Peluang Wirausaha, Marketing Communication, BINUS University, Jakarta, Vol.2 No.1 April 2011: 855-859.

percaya bahwa kamera saat ini merupakan instrumen penting untuk menangkap gambar dan merekam peristiwa dan momen penting. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan dan kebutuhan akan gambar dan film yang digunakan baik untuk keperluan pribadi maupun profesional, serta meningkatnya popularitas fotografi dan videografi sebagai hobi. Banyaknya permintaan gambar dan video untuk mengisi materi segar dan spektakuler di akun media sosial mereka juga dipengaruhi oleh posisi media sosial saat ini. Fotografi serta videografi adalah dokumentasi berasal suatu aktivitas yg mendeskripsikan proses pengumpulan data dari objek yang diambil selama acara tertentu, seperti foto prewedding, foto keluarga, foto produk, rekaman ulang tahun, khitanan, video dokumenter, dan sebagainya. Karena kemajuan zaman dan kemajuan teknologi saat ini memungkinkan dokumentasi dengan cara yang lebih baik dan berkualitas, aktivitas fotografi dan videografi saat ini sangat penting untuk dokumentasi global.

Media Grafis atau Media Visual harus mempunyai kualitas hasil yang baik sehingga dapat menarik audiens untuk terus dilihat, dan untuk menghasilkan hasil media yang baik dan berkualitas diperlukan strategi yang bagus dimana hal itu akan berdampak pada perusahaan media tersebut, untuk menentukan strategi media tersebut dibutuhkan teknik setrategis maka analisis SWOT lah yang cocok untuk mendapatkan strategi media, karena analisis SWOT ialah metode perencanaan strategis yang digunakan dan berindenfikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan yang berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman.

Mengacu pada latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk penelitian yang berjudul **“Analisis SWOT Komunikasi Media Grafis Pada Altafani Production”**

B. Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana Komunikasi Media Grafis dengan fotografi dan videografi?
2. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan. Peluang, dan Ancaman komunikasi Media Grafis Altafani Production?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui Komunikasi Media Grafis dengan fotografi dan videografi.
2. Untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan. Peluang, dan Ancaman Komunikasi Media Grafis Altafani Production.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran teoritik tentang strategi komunikasi sebagai sumber ilmu dan referensi berdasarkan teori dalam kajian bidang ilmu komunikasi. Selain itu, semoga menjadi pengetahuan di bidang fotografi dan videografi yang berkaitan dengan ilmu komunikasi untuk memberikan

gambaran tentang jasa Event Organizer (EO) yang biasanya diawali dengan Media Grafis.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi untuk meningkatkan strategi Media Grafis untuk terus memproduksi Fotografi dan Videografi yang berkualitas. Hal ini membantu Altafani Production menjangkau audiens yang lebih besar serta dapat menghasilkan media terbaik. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian yang bermanfaat bagi Altafani Production dan masyarakat.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti mencari bahan referensi dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian sebelumnya yang masih relevan dengan asal-usul masalah dan subjek penelitian saat ini untuk mendukung konflik dalam pembahasan penelitian tersebut. Untuk mencegah plagiarisme dan membuat kesimpulan tentang pola dalam penelitian ini, bahan referensi dari penelitian sebelumnya juga digunakan. Peneliti menemukan dan mengidentifikasi berbagai makalah yang relevan dengan topik penelitian ini berdasarkan hasil pencarian penelitian sebelumnya, sebagai berikut:

1. Pertama, Syauki Jazuli, Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2016. Menulis skripsi dengan judul Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT EL-Syifa Cignjur. Teori analisis SWOT digunakan sebagai dasar metodologi penelitian kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah

untuk menguji strategi pemasaran produk pembiayaan dan analisis SWOT pada strategi pemasaran proses pembiayaan pada lembaga BMT EL-Syifa Ciganjur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Berdasarkan metode *Marketing Mix* menurut Phillip Kotler dan Garry Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat variable pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipasukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan didalam pasar sasaran.. Dengan menggunakan analisis SWOT akhirnya bisa dirumuskan faktor kunci suksse yang mungkin dimiliki BMT-BMT di Indonesia. Faktor kunci sukses ini penting sekali sebab akan memberikan informasi bagaimana sebenarnya profil keunggulan bersaing yang mempunyai suatu perbankan syariah.³ Persamaan Terletak pada analisis SWOT dengan metode analisis SWOT deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan pada tujuan komunikasi, Pada peneliti tersebut memusatkan Analisis SWOT pada strategi pemasaran pada lembaga BMPT EL_ Syifa dengan metode marketing mix, sedangkan peneliti terfokus analisis SWOT komunikasi media grafis seperti fotografi dan videografi pada Altafani Production.

2. Kedua, Skripsi oleh Ma'sullatul Akhlak dengan judul Analisis SWOT Pada Strateegi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu Bata Di Desa Suko Kerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas

³ Syauki Jazuli ,Skripsi:“ Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT EL-Syifa Ciganjur“. (Jakarta: Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah,2016).

Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2022. Penelitian ini dilakukan dengan cara kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut penelitian ini, Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Analisis ini sangat diperlukan untuk membantu mengembangkan UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam persaingan pasar. Strategi yang baru sangat diperlukan dalam menjalankan usaha pemasaran maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang.⁴ Persamaan dengan peneliti terletak pada Analisis swot yang di gunakan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya Jika penelitian tersebut menitikbaratkan pada cara meningkatkan kualitas serta memperluas jaringan pemasaran ukm batu bara dengan menggunakan analisis swot sedangkan penelitian memfokuskan pada analisis swot komunikasi media grafis pada Altafani Production.

3. Ketiga, Skripsi oleh Syifa Syahrul Ramadani dengan judul Analisis SWOT Terhadap Program Ekstrakurikuler Di

⁴ Ma'sullatul Akhalaq , skripsi: Analisis Swot pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bat di desa sukokerto kecamatan sukowono kabupaten jember, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq,2022.

Mi'marif Nu Bantar Jatilawang Banyumas, Program Studi manajemen pendidikan islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Negri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus penelitian ini Pendidikan bertujuan agar memiliki karakter untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan mempersiapkan diri untuk memenuhi kebutuhannya dengan mengembangkan potensi-potensi yang dimilikinya. Salah satu upaya lembaga pendidikan adalah menyelenggarakan kegiatan ekstrakurikuler, yang dapat dijadikan sebagai wadah untuk aktif mengembangkan hobi, minat, bakat, meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan meningkatkan rasa percaya diri siswa. Sebagaimana yang dilakukan oleh MI Ma'arif NU Bantar yang terletak di Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas, lembaga yang juga memfokuskan peserta didiknya untuk aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler. Penelitian ini membahas mengenai Analisis SWOT yang dapat dilihat dari segi kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman program ekstrakurikuler MI Ma'arif NU Bantar Jatilawang Banyumas. Penggunaan analisis SWOT dianggap menjadi instrumen yang efektif untuk upaya mengembangkan lembaga pendidikan⁵ Persamaan peneliti adalah terletak pada analisis swot yang digunakan dengan metode penelitian

⁵ Syifa Syahrul Ramadani, judul skripsi Analisis SWOT Terhadap Program Ekstrakurikuler Di Mi'marif Nu Bantar Jatilawang, Universitas Negri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.

kualitatif deskriptif.. Sedangkan perbedaannya Pada penelitian tersebut memfokuskan pada Analisis swot ekstrakurikuler Di Mi”marif Nu Bantar Jatilawalang sedangkan peneliti memfokuskan pada analisis swot komunikasi media grafis pada Altafani Production.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, penulis merumuskannya dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN. Dalam bab ini penulis mengemukakan latar belakang yang menyangkut rangkaian keseluruhan penelitian yang akan dilakukan meliputi rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA dan LANDASAN TEORI. Dalam bab ini mengemukakan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan tema penelitian, dan rangkai-rangkaian yang akan dipergunakan dalam menganalisis data sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang diperoleh akan menjadi landasan pendukung tentang masalah yang diteliti oleh penulis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN. Dalam bab ini menjelaskan mengenai metodologi penelitian dan analisis yang di terapkan dalam penelitian serta data-data yang di terapkan,dan sumber data.Seperti jenis-jenis penelitian yang akan dilaksanakan, lokasi dan waktu penelitian,teknik pengumpulan data,dan analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN. Pada bab ini menjelaskan tentang uraian singkat objek penelitian, uraian hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap strategi komunikasi media grafis yang dilakukan pada Altafani Production.

BAB V: PENUTUP. Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saransaran dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis.