

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Editing

Merupakan pekerjaan memotong-meotong serta merangkai (menyambung) potongan gambar menjadi sebuah beita yang utuh dan dapat dimengerti. Editing (arti sempit) merupakan penyambungan atau peralihan/transisi dari suatu gambar ke gambar dimana berikutnya akan dirangkai secara beraturan sesuai yang diinginkan. Sedangkan editing secara luas merupakan proses memilih, Menyusun, dan memodifikasi *shot by shot* atau *scene by scene* gambar atau suara yang telah direkam pada magneik tabe (*video tape*) atau film, dimana proses diatas akan dilanjutkan dengan melakukan perpaduan dengan peralatan editing, sesuai dengan yang dikehendaki.Oleh karena itu tugas seorang editor merupakan tanggung jawab yang besar dimana dapat membuat tayyangan berita ataupun informasi semenarik mungkin [1].

Konsep dasar editing berdifat gerak dan sinkron, maka informasi audio visual yang akan ditayangkan akan memiliki pengaruh yang besar terhadap sikap dan perilaku penonton bila dibandingkan dengan materi materi yang masih bersifat acak dan tidak teratur dimana hal tersebut dapat didapatkan memalui proses *take video*.

2.2 Marketing Mix

Marketing Mix merupakan satu set *marketing tools* yang digunakan baik itu dalam suatu bisnis yangdikombinasikan dari aktivitas jual-beli dengan tujuan peyanan dan penawaran yang baik pada rentang waktu dan kondisi pasar tertentu. Terminologi *marketing mix* pertama kali dipopulerkan oleh professor marketing Harvard,Neil Borden, pada tahun 1940 dimana tujuan dari metode ini adalahuntuk membantu pengusaha dalam merancang strategi marketing pada bisnis yang sedang mereka jalankan. Seiring dengan berubahnya perilaku konsumen yang bersifat dinamis maka *marketing mix* tidak hanya berkiblat pada 4P dengan diluaskannya metode menjadi 7P maka metode ini memiliki penambahan bagian sebagai berikut:

- a. Product* (Produk) merupakan upaya pemasaran yang memiliki keterkaitan dengan segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Marketing mix* sendiri terdiri atas jenis produk, kualitas, desain, kelengkapan nama merek, kemasan, ukuran, layanan produk, garansi, serta penggantian.
- b. Privce* (Harga) merupakan unsur dari *marketing mix* mengenai beberapa banyak uang yang dikeluarkan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk guna

memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Dalam pernyataan Tjipto dan Chandra bahwa pada tingkat harga tertentu, jika memiliki manfaat yang dirasakan oleh konsumen meningkat maka nilainya juga akan meningkat.

- c. *Place* (Tempat) diartikan sebagai tempat atau lokasi pasar dimana pedagang atau competitor menjual dan mendistribusikan barang yang dijual sehingga dapat tersedia dan diketahui oleh konsumen.
- d. *Promotion* (Promosi) diartikan dengan sebuah upaya atau penyampaian informasi dengan cara berkomunikasi antara pedagang dan pembeli dengan tujuan untuk saling bertukar informasi, dengan cara mempengaruhi, membujuk, hingga mengingatkan kepada target pasar untuk menciptakan permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh pedagang.
- e. *People Element* (Elemen Manusia) merupakan peran manusia yang memiliki sebuah peran dalam penyampaian barang atau jasa dan juga dapat mempengaruhi persepsi atau pandangan konsumen.
- f. *Proses* (Proses) merupakan gambaran metode dan urutan dalam melakukan sebuah layanan dan menciptakan nilai yang dapat dijanjikan pada pelanggan dengan melayani setiap permintaan pada pelanggan. Proses juga meliputi kemudahan dalam hal jual-beli, serta respon konsumen, serta tanggap akan keluhan atas keluhan konsumen yang meliputi baik itu produk ataupun jasa.
- g. *Physical evidence* (Bukti Fisik) memiliki fokus pada kondisi disuatu tempat usaha termasuk pada daerah sekitarnya, bukti fisik juga memiliki unsur pemasaran yang meliputi lingkungan pendukung, barang penunjang, tata ruang, kebersihan dan peralatan serta fasilitas yang diberikan.

2.3 Kesadaran

Kesadaran merupakan dimana seseorang berada dalam kondisi mengerti. Menurut Soejono Soekanto kesadaran merupakan kemampuan manusia untuk menyadari perubahan secara total dari tingkat yang lebih rendah. Kesadaran telah menjadi sebuah konsep yang sering digunakan oleh para psikologi, dijelaskan dalam pernyataan Zeman dimana kesadaran sebagai pengalan dimana pengalaman dari masa kemasa seperti apa rasanya menjadi seorang tertentu dimasa sekarang yang dapat diartikan bahwa kesadaran ini ditekankan pada dimensi kualitatif dan subjektif pengalan seseorang.

2.4 PLN Mobile

PLN Mobile merupakan aplikasi yang terintegrasi yang memadukan Aplikasi pengaduan dan keluhan terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat(AP2T), aplikasi ini diluncurkan pada tanggal 31 Oktober 2016 di kantor pusat PLN Jakarta, pada bulan Juni 2020 PLN merilis aplikasi dengan versi terbarunya dengan nama New PLN Mobile yang merupakan pengembangan dari aplikasi sebelumnya namun tidak terdapat banyak perubahan yang disediakan oleh New PLN Mobile hanya terdapat perubahan terhadap tampilan dan untuk ketersediaan fitur masih disamakan seperti versi yang terdahulunya.

Hadirnya aplikasi ini diharapkan para pengguna bisa menikmati pengalaman berbeda saat hendak melakukan segala layanan dan fitur berkaitan dengan penggunaan listrik. Mengenai perubahan yang terjadi hanya terlihat dari tampilan aplikasinya, sementara untuk fitur-fiturnya tidak ada yang berbeda dari aplikasi yang lama, yaitu fitur pengecekan tagihan hingga fitur pembayaran, Selain itu, pengguna juga akan mendapatkan informasi-informasi mengenai layanan listrik yang ada di Indonesia, termasuk informasi pemadaman listrik bila terjadi gangguan.

Adapun fitur fitur yang dapat digunakan dalam aplikasi PLN Mobile diluar hal terkait dengan kebutuhan listrik masyarakat diantaranya:

- a. Fitur Pemohonan Dalam fitur ini, sejumlah permohonan bisa diajukan ke PLN. Ada tiga permohonan yang sejauh ini bisa diajukan pelanggan, dari permohonan pasang baru, permohonan mutasi tarif/daya, hingga permohonan Penerangan Sementara (PESTA).
- b. Fitur Pengaduan Dalam fitur ini pelanggan dapat mengakses Informasi mengenai tagihan dan token listrik, informasi tarif listrik berlaku, simulasi pasang baru, simulasi perubahan daya, hingga simulasi penerangan sementara.
- c. Fitur Pembayaran fitur ini memberikan manfaat untuk mengetahui besaran biaya yang sebaiknya disiapkan terkait layanan PLN yang dipergunakan, selain itu dalam fitur ini juga pelanggan dapat mengecek informasi mengenai total tagihan dengan memasukan Nomor Booking yang telah diberikan oleh PLN.