

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sebuah perusahaan company profile merupakan bagian penting yang akan membangun citra perusahaan tersebut di mata relasi dan direksi perusahaan. Untuk mempermudah dalam mengenalkan informasi perusahaan kepada seluruh masyarakat luas, dalam ini dinilai sangat efektif disaat teknologi yang semakin maju sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi sebagai informasi dan promosi yang menarik lebih interaktif yang ditujukan kepada semua orang. Sangat banyak cara dan beraneka ragam dalam menyampaikan sebuah informasi yang dibuat ke dalam bentuk multimedia agar terlihat menarik dan mudah dipahami dalam penyampaiannya. Dengan adanya macam-macam bentuk karya seni yang menggunakan aplikasi komputer sebagai perancangan sebuah karya, contohnya film dokumenter, iklan, Company profile, dan berbagai bentuk rancangan komunikasi visual lainnya. Dalam Hal ini terbukti bahwa perancangan sebuah karya seni dalam bentuk apapun meningkat sangat baik, sehingga bisa mengikuti perkembangan teknologi yang sudah maju dan berkembang begitu pesat.

Agar dapat meningkatkan penjualan membutuhkan sarana penunjang informasi dan promosi, seperti membuat sebuah karya seni berbentuk video yang saat ini banyak digunakan oleh lembaga atau instansi pendidikan sebagai wadah promosi. PT. Daiichi Elevator Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan dan pemasangan elevatro/lift untum rumah dan ruko dengan keunggulan satu phase listrik, yang beralamat di jalur sutera timur kav, 5A No 6 Alam sutera Tangerang. Saat ini untuk media informasi dan promosi hanya menggunakan media cetak diantaranya yaitu website, katalog dan brosur. Apabila perusahaan ini masih menggunakan website, katalog, dan brosur sebelumnya, ditakutkan aka kurang mampu bersaing dengan perusahaan lainnya yang mampu menawarkan produknya degan menarik. Untuk itu perlu dilakukan pembuatan video Company Profile pada PT, Daiichi Elevator Indonesia untuk menambah daya tarik peminat.[1]

Digitalisi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan format yang dapat dibaca oleh komputer. Perubahan sistem analog ke digital telah mengubah banyak hal dan mengancam eksistensi media cetak. Sebagian besar pelanggan media cetak telah beralih ke penggunaan teknologi online yang lebih fleksibel, bisa membaca informasi terbaru kapan saja

dan dimana saja penyajian yang lebih hidup telah menarik pengiklanan. Digital konten adalah konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang di ubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui platform media digital seperti laptop, tablet bahkan smatrpone. (Aji 2016).[2]

Pada masa sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat mempengaruhi perkembangan suatu industri, baik industri yang bergerak dibidang komersil maupun bergerak dibidang sosial. Teknologi informasi telah masif digunakan oleh sebuah perusahaan swasta dalam mempromosikan bidang usaha dan produk unggulan yang dimiliki. Tidak hanya perusahaan swasta yang memanfaatkan teknologi informasi, tetapi instansi pemerintah juga menggunakan teknologi informasi dalam menyampaikan berbagai kegiatan maupun informasi kepada masyarakat luas. Perkembangan teknologi informasi saat ini juga didukung dengan maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat antara lain LinkedIn, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Dengan maraknya penggunaan media sosial menyebabkan masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini akan terus berkembang sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan kemudahan memperoleh informasi.

Media komunikasi digital dapat mempermudah masyarakat untuk lebih mengenali profil sebuah perusahaan. Media komunikasi digital dalam bentuk *video profile* perusahaan (*video company profile*) merupakan video yang diproduksi untuk dipromosikan untuk menyebar luaskan informasi mengenai sebuah perusahaan yang dapat berisi tentang sejarah berdirinya perusahaan, bidang usaha yang di geluti, produk yang dihasilkan maupun kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar. Dalam sebuah promosi tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk baik jasa maupun barang, promosi media *online* terdiri dalam bentuk audio, video, gambar, dan teks. Sebagian besar masyarakat kebanyakan lebih suka mendengar dan menonton daripada membaca. Hal tersebut menjadi kelebihan dari *video company profile*. *Video Company Profile* bertujuan untuk meningkatkan daya tarik pasar terhadap masyarakat dari segi produk atau jasa bisnis.

Penelitian ini dilakukan pada sebuah toko perabotan rumah tangga Pak Slamet yang berdiri sejak tahun 2005, yaitu Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet yang berada di Jalan Kipas Ringinsari RT/RW 05/05 Wonosari, Gunungkidul, DIY. Toko Perabotan Rumah Tangga

Pak Slamet merupakan toko perabotan yang menjual berbagai jenis produk perabotan rumah tangga baik yang terbuat dari bahan plastik, kaca, aluminium, maupun logam yang dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Salah satu yang menjadi keunggulan dari Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet adalah mekanisme pembelian barang bisa dilakukan dengan cara grosir maupun eceran, selain itu apabila pembelian barang dalam partai besar bisa dilayani *free delivery*. Toko Perabotan Pak Slamet telah memiliki 2 cabang dengan letak yang strategis di pusat bisnis kota Wonosari, sehingga membuat para pengunjung dapat dengan mudah mengakses lokasinya. Meskipun demikian, saat ini media promosi yang telah dilakukan oleh Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet adalah metode yang konvensional seperti memakai stiker, iklan melalui radio, dan melalui media whatsapp, sehingga diperlukan media informasi digital yang lebih modern seperti *video company profile* yang dapat disebarluaskan melalui media sosial LinkedIn, Instagram, Facebook, Youtube, dan Tiktok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana perancangan *video Company Profile* dapat meningkatkan promosi pada Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Produk video yang dihasilkan menggunakan format mp4.
2. Produk video yang dihasilkan memiliki durasi tidak lebih dari 8 menit.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video dalam penelitian ini adalah Adobe Premiere Pro 2020 (editing), Google Earth, dan ASR Voice Recorder.
4. Objek dalam penelitian ini adalah Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet
5. Menampilkan Logo Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet
6. Segmen pasar yang dituju adalah masyarakat Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video Company Profile sebagai media informasi dan promosi pada Toko

Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet

2. Membantu Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet dalam mempromosikan produk-produknya.
3. Meningkatkan wawasan serta mengimplementasikan hasil studi bagi peneliti.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Membantu Toko Perabotan Rumah Tangga Pak Slamet untuk mempromosikan usahanya.
2. Membantu masyarakat untuk mencari produk-produk untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.
3. Meningkatkan wawasan serta mengimplementasikan hasil studi bagi peneliti.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang di gunakan adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan penulis guna mengumpulkan data dengan datang langsung ke tempat penelitian untuk melihat seperti apa keadaan di Toko Perabotan Pak Slamet.

2. Metode interview

Dalam penyusunan laporan penelitian ini menggunakan materi-materi diperoleh dari stakeholder pada saat bertanya langsung.

3. Metode Studi Pustaka

Landasan yang dipergunakan sebagai materi-materi diperoleh dari berbagai sumber tertulis, yaitu buku-buku yang berkaitan dengan informasi-informasi yang diperlukan dalam penyusunan

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui keuntungan, kekurangan peluang, ancaman dalam membuat video. Sehingga video ini dapat berguna secara optimal.

1.6.3 Metode Konsep Produksi

1. *Praproduction*
2. *Production*
3. *Postproduction*

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan untuk mempermudah dalam penyusunan laporan. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai dasar-dasar teori serta referensi yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis, serta perancangan video Company Profile yang akan dibuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian ini, meliputi hasil perancangan, pengoperasian dan implementasi dari video Company Profile.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, serta saran untuk pengembangan produk dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai daftar referensi yang dipergunakan untuk mendukung pelaksanaan penelitian ini.