

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital yang semakin maju ini, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Namun, masih banyak perusahaan yang mengandalkan metode konvensional dalam promosi dan penyampaian informasi. Salah satu inovasi dalam dunia pemasaran adalah pemanfaatan media digital, khususnya *video company profile*, sebagai alat untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat.

*Video company profile* adalah video yang dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang perusahaan, termasuk sejarah, visi, misi, produk, layanan, serta prestasi yang telah diraih. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi yang efektif tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness*, menarik pelanggan baru, dan membangun citra perusahaan yang positif di masyarakat. Mengingat preferensi masyarakat saat ini yang lebih condong untuk menonton daripada membaca, video menjadi media yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi [1][2].

Salah satu perusahaan yang masih menggunakan metode konvensional dalam promosi adalah Erdoray Komputer, sebuah tempat kursus komputer, percetakan, dan warnet di Kecamatan Kota Waingapu, Kabupaten Sumba Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Erdoray Komputer masih mengandalkan penyampaian informasi secara lisan yang dianggap kurang menarik dan informatif, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan ini. Oleh karena itu, penting bagi Erdoray Komputer untuk beralih ke media digital, seperti *video company profile*, guna meningkatkan visibilitas dan citra perusahaan di mata publik.

Dalam konteks pemasaran digital, *video company profile* yang menggunakan teknik *live shoot* menawarkan keunggulan tambahan dibandingkan

dengan video yang hanya mengandalkan animasi atau grafik statis. Teknik *live shoot* melibatkan perekaman video secara langsung di lokasi yang relevan, sehingga memungkinkan penayangan elemen asli dari perusahaan seperti fasilitas, staf, dan suasana kerja yang autentik. Hal ini memberikan sentuhan personal dan keaslian yang dapat lebih menarik perhatian audiens, karena mereka dapat melihat langsung bagaimana operasi perusahaan berjalan dan berinteraksi dengan lingkungan yang nyata. Misalnya, dengan merekam kegiatan sehari-hari di Erdoray Komputer, calon pelanggan dapat merasakan kualitas layanan yang ditawarkan secara langsung. Teknik ini juga dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas perusahaan, karena menunjukkan transparansi dan komitmen terhadap kualitas. Dengan demikian, *video company profile* yang menggunakan teknik *live shoot* tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam membangun hubungan yang lebih kuat dan emosional dengan audiens [3][4].

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi teknik *live shoot* pada *video company profile* di Erdoray Komputer?

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pembuatan video profile hanya dilakukan pada Erdoray Komputer.
2. Pembuatan video menggunakan teknik *live shoot*.
3. Video yang dibuat hanya menampilkan informasi tentang Erdoray Komputer, yang mencakup berbagai jasa yang ditawarkan, yaitu kursus komputer, percetakan, pembuatan website, rental komputer, dan *service* komputer.
4. Software yang digunakan dalam pembuatan video *profile* Erdoray Komputer adalah *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effects*.

5. Pendistribusian video hanya dilakukan melalui media sosial YouTube dari Erdoray Komputer.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis implementasi teknik *live shoot* pada video *company profile* di Erdoray Komputer.
2. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan teknik *live shoot* pada video *company profile* dalam meningkatkan citra Erdoray Komputer di mata masyarakat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Teknologi Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Membantu meningkatkan promosi untuk Erdoray Komputer.
3. Memberikan referensi dan pengetahuan dalam pembuatan video *company profile*.
4. Memperbaharui media promosi dan informasi pada Erdoray Komputer dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju dan berkembang.

#### **1.6 Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada Erdoray Komputer.

##### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

1. **Wawancara**

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak yang terkait dalam pembuatan dan penggunaan video company profile di Erdoray Komputer, seperti manajemen perusahaan, karyawan, dan pelanggan. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai kebutuhan, harapan, dan tujuan perusahaan terkait promosi digital serta respons pelanggan terhadap teknik *live shoot*.

## 2. Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung di lokasi Erdoray Komputer untuk memahami secara visual bagaimana operasional perusahaan berjalan. Observasi ini meliputi kegiatan sehari-hari, interaksi dengan pelanggan, serta fasilitas dan layanan yang disediakan. Observasi ini penting untuk mendapatkan gambaran autentik yang akan direkam dalam video *company profile*.

### 1.6.2 Metode Perancangan

#### 1. Pra produksi

Pada tahap ini, peneliti dan tim produksi melakukan perencanaan detail sebelum proses pembuatan video dimulai. Ini meliputi penulisan skrip, pembuatan storyboard, pemilihan lokasi syuting, serta pengaturan jadwal dan peralatan yang dibutuhkan. Tahap pra-produksi bertujuan untuk memastikan semua elemen video tersusun dengan baik dan siap untuk dieksekusi pada tahap produksi.

#### 2. Produksi

Tahap produksi melibatkan proses pengambilan gambar (*shooting*) di lokasi Erdoray Komputer. Teknik *live shoot* digunakan untuk merekam situasi dan aktivitas asli di tempat tersebut, termasuk layanan yang ditawarkan dan interaksi antara staf dan pelanggan. Tahap ini memerlukan keterlibatan tim videografer, aktor, dan penggunaan peralatan kamera profesional.

### 3. Pasca Produksi

Setelah semua footage direkam, tahap pasca produksi dimulai. Pada tahap ini, dilakukan proses pengeditan video menggunakan software seperti *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effects*. Editing mencakup pemotongan adegan, penambahan efek visual, pengaturan warna, dan penyisipan musik latar atau *voice over*. Hasil akhir video kemudian dievaluasi sebelum distribusi.

#### 1.6.3 Metode Evaluasi

##### 1. Uji Validitas Konten

Video company profile yang sudah selesai akan dievaluasi oleh pihak internal Erdoray Komputer untuk memastikan bahwa konten yang disajikan sesuai dengan profil perusahaan dan tujuan promosi. Evaluasi ini mencakup akurasi informasi, visualisasi layanan, serta daya tarik estetika video.

##### 2. Uji Respons Audiens

Setelah video didistribusikan melalui platform YouTube, respons dari masyarakat dan pelanggan potensial akan diukur melalui interaksi di media sosial seperti jumlah tayangan, like, komentar, dan feedback dari audiens. Selain itu, peneliti dapat mengadakan survei atau wawancara tambahan dengan audiens untuk mendapatkan pendapat mengenai efektivitas video tersebut dalam menarik perhatian dan meningkatkan citra perusahaan.

##### 3. Analisis Dampak

Evaluasi akhir melibatkan analisis dampak pembuatan video company profile terhadap peningkatan visibilitas dan citra Erdoray Komputer. Ini dapat diukur dari peningkatan jumlah pelanggan, permintaan

layanan, atau perubahan persepsi masyarakat terhadap perusahaan setelah video dipublikasikan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan skripsi:

**BAB I PENDAHULUAN:** Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA:** Berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan, dan studi terdahulu yang relevan.

**BAB III METODE PENELITIAN:** Menguraikan objek penelitian, analisis masalah, solusi yang ditawarkan, dan rancangan penelitian.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN:** Menyajikan hasil penelitian, proses pengembangan video, pengujian, dan penerapan video di objek penelitian.

**BAB V PENUTUP:** Berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.