

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak signifikan terhadap strategi promosi dan pemasaran perusahaan. Di era digital saat ini, pendekatan konvensional seperti brosur dan iklan cetak mulai tergeser oleh media digital yang lebih dinamis, seperti video promosi dan konten audiovisual. Hal ini disebabkan karena karakteristik masyarakat modern yang cenderung menyukai informasi yang disampaikan secara visual, cepat, dan menarik secara emosional.

Salah satu media promosi yang efektif dan efisien adalah video company profile. Media ini berfungsi untuk menampilkan citra perusahaan secara menyeluruh, mulai dari profil usaha, produk atau jasa yang ditawarkan, keunggulan kompetitif, hingga nilai-nilai perusahaan. Dibandingkan dengan metode presentasi statis seperti pamflet atau slide PowerPoint, video company profile mampu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih kuat, kreatif, dan persuasif karena menggabungkan elemen multimedia seperti gambar bergerak, musik, narasi, dan efek visual.

CV. Anita Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi wisata, yang melayani perjalanan dalam dan luar kota dengan armada yang beragam seperti Hiace Commuter, Hiace Premio, Elf, dan Avanza. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, CV. Anita Jaya membutuhkan media promosi yang mampu merepresentasikan profesionalisme dan kualitas layanan secara menyeluruh. Salah satu tantangan utama dalam industri transportasi wisata adalah membangun kepercayaan pelanggan serta menunjukkan nilai tambah dibandingkan kompetitor.

Pembuatan video company profile menjadi salah satu solusi strategis dalam menjawab tantangan tersebut. Dengan mengusung konsep cinematic mini vlog dan

pengambilan gambar POV (Point of View), video ini tidak hanya menampilkan informasi teknis mengenai layanan yang ditawarkan, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui alur visual yang personal dan naratif. Konsep ini memungkinkan penonton untuk “ikut merasakan” pengalaman menggunakan layanan CV. Anita Jaya, mulai dari penjemputan di bandara, perjalanan kuliner, hingga destinasi wisata seperti pantai.

Video ini dirancang untuk memuat informasi menyeluruh tentang layanan perusahaan, mulai dari penjemputan pelanggan, suasana dalam kendaraan, hingga momen eksplorasi tempat wisata. Tujuannya bukan hanya menyampaikan data, tetapi membangun **koneksi emosional** dengan audiens dan membentuk **brand image** CV. ANITA JAYA TRANS sebagai penyedia layanan transportasi wisata yang nyaman, ramah, dan terpercaya.

Untuk memperkuat daya tarik dan efektivitas pesan, pendekatan *storytelling* juga digunakan. *Storytelling* dalam video promosi mampu meningkatkan daya ingat penonton terhadap brand dan membentuk persepsi yang lebih kuat mengenai identitas perusahaan. Dengan memadukan narasi, musik latar, pengambilan gambar yang estetik, serta *voice-over* informatif, video ini diharapkan mampu menjadi media promosi yang tidak hanya menjelaskan, tetapi juga “menceritakan” siapa CV. Anita Jaya kepada publik.

Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, video ini juga diharapkan dapat menjadi media distribusi promosi yang lebih efektif dan luas jangkauannya. Oleh karena itu, dalam tugas akhir ini akan dibahas proses perancangan dan produksi video company profile sebagai media promosi digital yang mampu menjawab kebutuhan pemasaran CV. ANITA JAYA TRANS di era konten visual saat ini.

Melalui penelitian ini, penulis merancang dan membuat video company profile untuk CV. Anita Jaya sebagai sarana promosi yang sesuai dengan tren

digital saat ini. Dengan demikian, diharapkan video ini dapat meningkatkan visibilitas perusahaan, memperluas jangkauan audiens, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing dalam industri jasa transportasi wisata.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam laporan tugas akhir ini adalah:

**Bagaimana merancang dan membuat video company profile yang informatif, menarik, dan sesuai dengan identitas brand untuk digunakan sebagai media promosi digital CV. ANITA JAYA TRANS?**

Rumusan masalah ini mencakup aspek:

- Bagaimana merancang konsep visual dan naratif video company profile yang sesuai dengan citra dan nilai perusahaan?
- Media dan teknik apa saja yang tepat digunakan agar video tersebut efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan?
- Bagaimana memastikan bahwa video company profile mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan terhadap jasa transportasi CV. ANITA JAYA TRANS?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Merancang dan membuat video company profile sebagai media promosi digital yang dapat menampilkan informasi secara menarik dan representatif mengenai layanan CV. ANITA JAYA TRANS.

Secara khusus, tujuan ini meliputi:

- Merancang dan memproduksi video company profile sebagai media promosi untuk CV. Anita Jaya dengan pendekatan sinematik dan storytelling.
- Menghasilkan media promosi dalam bentuk video company profile yang menggambarkan keunggulan dan profesionalisme perusahaan.

- Membantu CV. ANITA JAYA TRANS dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas brand melalui konten visual yang dapat dipublikasikan di berbagai platform digital.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Agar pembahasan lebih terarah, maka batasan masalah dalam laporan ini adalah:

1. Proyek difokuskan pada pembuatan video company profile berdurasi maksimal 3 menit.
2. Konten video mencakup profil perusahaan, layanan transportasi, keunggulan armada, dan dokumentasi operasional.
3. Media utama publikasi adalah YouTube, Instagram dan media sosial resmi milik CV. ANITA JAYA TRANS.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Menjadi kontribusi dalam kajian ilmu komunikasi visual dan multimedia, khususnya mengenai peran storytelling dan teknik sinematografi dalam produksi video promosi perusahaan.

##### **b. Manfaat Praktis**

Memberikan solusi promosi yang efektif bagi CV. Anita Jaya melalui media audiovisual yang mampu menarik perhatian target pasar, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif di industri jasa transportasi wisata.

#### **1.6 Metodologi**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif-deskriptif dengan tujuan menghasilkan produk multimedia berupa video company profile yang informatif,

komunikatif, dan menarik secara visual. Untuk mendukung proses produksi tersebut, digunakan berbagai metode dan pendekatan yang didasarkan pada studi literatur serta kebutuhan praktis di lapangan.

Penelitian ini didasarkan pada berbagai referensi yang relevan, baik dari buku, jurnal ilmiah, maupun laporan penelitian terdahulu. Referensi tersebut mencakup bidang produksi video promosi, teknik sinematik, strategi distribusi digital melalui media sosial, hingga pemanfaatan perangkat teknologi modern seperti kamera GoPro dalam perekaman sudut pandang pengguna. Referensi ini menjadi pondasi utama dalam menyusun strategi kreatif, perencanaan teknis, hingga pelaksanaan proyek video company profile CV. ANITA JAYA TRANS. Secara teknis, metode yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini terbagi dalam empat tahapan utama, yaitu:

### **1. Observasi dan Wawancara**

Metode ini digunakan untuk menggali informasi awal mengenai kondisi perusahaan, karakteristik layanan, segmentasi pasar, serta kebutuhan promosi. Observasi dilakukan terhadap media promosi yang sudah ada, sedangkan wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak internal perusahaan seperti manajer dan staf pemasaran.

### **2. Analisis Konten**

Tahapan ini digunakan untuk merancang struktur cerita dan elemen naratif dalam video. Hasil dari observasi dan wawancara dikaji ulang untuk merumuskan pesan inti, alur visual, serta pendekatan gaya storytelling yang sesuai. Analisis konten ini menjadi dasar dalam penyusunan naskah narasi, storyboard, hingga pemilihan lokasi dan suasana pengambilan gambar.

### **3. Produksi Multimedia**

Tahap ini merupakan implementasi dari konsep yang telah dirancang. Aktivasnya meliputi:

- Penyusunan naskah dan storyboard
- Pengambilan gambar menggunakan kamera sinematik dan kamera GoPro untuk teknik POV
- Perekaman narasi dan musik latar
- Penyuntingan video menggunakan software editing profesional seperti Adobe Premiere Pro dan After Effects

Penerapan teknik sinematik dan color grading untuk memperkuat kesan visual

#### 4. Evaluasi Produk

Setelah video selesai diproduksi, dilakukan pengujian terhadap audiens target dengan memberikan kuesioner dan mengumpulkan umpan balik. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas video dalam menyampaikan pesan promosi serta daya tarik visual dan emosionalnya terhadap calon pelanggan.

Dengan metode tersebut, diharapkan hasil produksi video company profile dapat menjadi solusi nyata terhadap kebutuhan promosi digital CV. ANITA JAYA TRANS, sekaligus menjadi kontribusi akademik dalam bidang desain komunikasi visual dan multimedia interaktif.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

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

**BAB II: Tinjauan Pustaka** – Membahas teori-teori pendukung seperti teori video promosi, teknik sinematik, teknik POV, storyboard dan narasi, promosi digital, serta referensi dari penelitian terdahulu.

**BAB III: Metodologi Penelitian** – Menjelaskan metode pengumpulan data, analisis kebutuhan, proses perancangan, dan produksi video.

**BAB IV: Hasil dan Pembahasan** – Menyajikan implementasi proses produksi, hasil akhir video, serta analisis evaluasi terhadap media promosi.

**BAB V: Kesimpulan dan Saran** – Menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran untuk pengembangan selanjutnya.

