

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi besar dalam strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan. Di era digital saat ini, citra perusahaan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan mampu mempresentasikan dirinya secara profesional dan menarik. Salah satu media yang efektif untuk membangun citra tersebut adalah melalui video company profile. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat promosi yang mampu membentuk persepsi positif khalayak terhadap perusahaan.

PT. Rasi Bintang sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi dan informasi, khususnya dalam hal layanan akses internet ( ISP ) dan komunikasi multimedia, menyadari pentingnya media digital sebagai alat promosi yang strategis. Namun, hingga saat ini, PT. Rasi Bintang belum memiliki media promosi berbasis video yang mampu menggambarkan visi, misi, serta nilai-nilai perusahaan secara menarik dan profesional. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan[1].Ketidakhadiran media ini berpotensi menurunkan daya saing perusahaan dalam menjangkau klien dan mitra bisnis potensial, terutama di platform digital.

Untuk itu, perlu dilakukan pengembangan video company profile yang terstruktur, sistematis, dan berbasis pendekatan instruksional yang efektif. Salah satu metode yang relevan dan banyak digunakan dalam pengembangan media pembelajaran dan promosi adalah dengan teknik Storytelling. PT.RASI BINTANG PERKASA menginginkan teknik *storytelling* diterapkan dalam Prodran Company Profile agar penyampaian informasi dapat lebih mudah dipahami dan membangun keterikatan dengan penonton. Teknik ini membantu menyajikan pengalaman yang

lebih hidup dan berkesan, sehingga kuliner yang diperkenalkan tidak hanya sekadar ditampilkan tetapi juga memiliki narasi yang lebih kuat.

Dalam proses pembuatan video company profile PT. Rasi Bintang sebagai media promosi berbasis teknik storytelling, pengumpulan data dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa isi video mencerminkan identitas dan nilai perusahaan secara autentik dan komunikatif Storytelling merupakan bukti nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dituangkan dalam bentuk gambar, video, atau vektor yang melibatkan konsumen dan menonjolkan kesamaan antara konsumen dengan produk yang dimilikinya[2]. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi **wawancara langsung** dengan pihak internal perusahaan, seperti pimpinan, manajer divisi, serta karyawan yang menjadi tokoh naratif dalam video. Selain itu, dilakukan **observasi langsung** terhadap lingkungan kerja, proses produksi, dan budaya organisasi untuk menangkap elemen visual yang Teknik Pengumpulan data pada pembuatan video company profile tersebut terbagi dalam tiga yaitu: wawancara, observasi[3] representatif. Pengumpulan data juga diperkuat melalui **dokumentasi** berupa profil perusahaan, katalog produk, foto-foto aktivitas perusahaan, serta arsip digital yang relevan. Teknik ini dipilih agar konten storytelling yang dibangun tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki kedalaman emosional dan daya tarik visual yang kuat, sesuai dengan tujuan promosi yang ingin dicapai

Teknik **user testing** digunakan dalam tahap evaluasi untuk menilai efektivitas video company profile PT. Rasi Bintang sebagai media promosi berbasis storytelling. Pengujian ini dilakukan dengan melibatkan kelompok pengguna akhir, baik dari pihak internal perusahaan maupun calon audiens eksternal, guna memperoleh umpan balik langsung terkait kualitas narasi, visual, audio, serta daya tarik keseluruhan video. Responden diminta untuk menyaksikan video dan kemudian mengisi kuesioner berbasis skala Likert yang mencakup aspek-aspek seperti alur cerita, estetika visual, kesesuaian dengan citra perusahaan, dan efektivitas pesan promosi. User testing ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana video mampu menyampaikan informasi dengan jelas, membangun koneksi emosional, serta meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan. Hasil dari user

testing menjadi dasar evaluasi sumatif dan acuan perbaikan agar video yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan komunikasi pemasaran yang dituju.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana merancang dan memproduksi company profile PT. Rasi Bintang dengan pendekatan storytelling?
2. Informasi apa saja yang perlu dikemas dalam bentuk naratif untuk menyampaikan pesan promosi secara efektif?
3. Bagaimana hasil akhir video company profile tersebut berfungsi sebagai media promosi yang efektif?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Membuat media promosi berbentuk video company profile untuk PT. Rasi Bintang dengan pendekatan storytelling.
2. Mengemas elemen-elemen penting perusahaan (sejarah, layanan, nilai, visi, budaya kerja) dalam format naratif yang menarik.
3. Menghasilkan video company profile yang mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif dan emosional kepada target audiens.

## 1.4 Batasan Masalah

Agar proses pembuatan tugas akhir ini terfokus dan dapat diselesaikan secara sistematis, maka perlu ditetapkan beberapa batasan masalah. Batasan ini bertujuan untuk memperjelas ruang lingkup kerja serta menghindari pembahasan yang terlalu luas di luar tujuan utama penelitian.

Adapun batasan masalah dalam pembuatan company profile PT. Rasi Bintang ini adalah sebagai berikut:

1. Media yang dikembangkan terbatas pada bentuk video berdurasi 2–3 menit, yang menampilkan profil perusahaan secara naratif menggunakan pendekatan teknik **visual storytelling**, bukan dalam bentuk cetak atau media digital interaktif.



2. Konten video hanya mencakup informasi inti perusahaan, yaitu: sejarah singkat, visi dan misi, layanan utama, nilai perusahaan (core values), portofolio proyek, dan informasi kontak.
3. Teknik storytelling yang digunakan bersifat linier (alur maju) dengan narasi voice over, tidak mengangkat karakter fiktif, drama, atau skenario sinematik kompleks.
4. Target audiens video ini adalah calon klien, mitra bisnis, dan publik profesional, bukan khalayak umum atau pasar massal.
5. Proses evaluasi media dilakukan secara **formatif** melalui uji coba terbatas kepada audiens internal dan calon pengguna, bukan evaluasi berbasis statistik populasi luas.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1 Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini menjadi pengalaman nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa studi, khususnya dalam bidang produksi video, komunikasi visual, dan media promosi. Mahasiswa juga dapat mengembangkan keterampilan dalam perencanaan, pengumpulan data, penyusunan naskah, proses editing, serta pengemasan visual berbasis storytelling yang aplikatif dalam dunia industri kreatif.

#### **2 Bagi Universitas**

Penelitian ini dapat memperkaya referensi karya ilmiah di lingkungan universitas, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual, multimedia, dan pemasaran digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan sinergi antara institusi pendidikan dan dunia industri, serta menjadi bukti kontribusi kampus dalam menghasilkan solusi kreatif untuk kebutuhan promosi perusahaan.

#### **3 Bagi Instansi (PT. Rasi Bintang Perkasa)**

Video company profile yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai media promosi resmi perusahaan. Dengan tampilan yang profesional dan pendekatan storytelling yang komunikatif, perusahaan dapat meningkatkan citra, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan calon klien maupun mitra bisnis melalui platform digital.

## 1.6 Metodologi

Metode yang digunakan dalam tugas akhir ini meliputi:

1. **Observasi dan wawancara**, Untuk mengumpulkan data tentang perusahaan.
2. **Analisis konten**, Untuk merumuskan elemen naratif yang akan dimasukkan ke dalam video.
3. **Produksi multimedia**, Pembuatan storyboard, pengambilan gambar, penyusunan narasi, editing video.
4. **Evaluasi**, Umpan balik dari audiens target untuk menilai efektivitas media promosi yang dihasilkan.

## 1.7 Sistematika Penulisan

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

**BAB II:** Tinjauan Pustaka – Memuat teori-teori yang relevan, kajian model teknik Storytelling, konsep video promosi, Adobe Premiere Pro, User Testing serta hasil penelitian terdahulu.

**BAB III:** Metodologi Penelitian – teknik pengumpulan dan analisis kebutuhan data, Perancangan

**BAB IV:** Hasil dan Pembahasan – Implementasi, Pengujian, Evaluasi

**BAB V:** Kesimpulan dan Saran – Berisi simpulan dari hasil penelitian serta saran.