

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan khususnya di wilayah Sulawesi Tenggara. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran.

Tahun ke tahun berjalan namun masih ada permasalahan yang belum terselesaikan. Masalah itu adalah branding Perusahaan Umum Bulog yang masih kurang dikenal di Provinsi Sulawesi Tenggara. Hal ini terjadi karena perusahaan kurang men ekspansi media-media informasi sekaligus promosi yang digunakan. Perusahaan hanya melakukan promosi melalui media sosial yang tidak memiliki keseluruhan informasi yang ada di dalam perusahaan. Sebuah perusahaan besar seperti Bulog tentunya harus bisa mempunyai sebuah media promosi yang bisa merepresentasikan identitas perusahaan dan juga bisa menjadi alat untuk membangun citra kepada konsumen sehingga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan bisa bertambah. Seiring dengan perkembangan zaman khalayak luas lebih membutuhkan sesuatu yang cepat dan praktis. Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan, penggunaan internet di Indonesia sangat tinggi. Hal itu didorong oleh tarif internet yang murah, dan banyaknya jumlah pengguna *smartphone* mencapai 167 juta orang atau 89% dari total penduduk Indonesia.

Oleh karena itu, perusahaan Bulog memerlukan sebuah media informasi dan promosi yang lebih efisien. Untuk itu, media yang paling cocok adalah dalam bentuk *video company profile*. Penggunaan video yaitu agar konsumen lebih mudah dalam menyerap informasi yang diberikan karena kebanyakan dari masyarakat kurang memiliki minat untuk membaca sebuah tulisan. Karena berdasarkan hasil penelitian *Program for International Student Assessment (PISA)* dari *Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)*, Indonesia berada di *ranking* 62 dari 72 negara dalam hal minat baca. Di sisi lain, 91,58% masyarakat Indonesia berumur 10 tahun ke atas diklaim lebih suka menonton televisi/film. Hal ini selaras dengan data dari UNESCO yang membeberkan bahwa rasio gemar membaca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. *Video company profile* memiliki tujuan utama untuk menginformasikan kepada orang-orang mengenai keberadaan perusahaan tersebut baik itu sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi yang diusung serta produk/jasa yang ditawarkan di dalamnya.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era digital ini menyebabkan kebanyakan orang lebih suka berinteraksi dibandingkan membaca. Menurut hasil temuan *Nielsen Digital Consumer 2019* yang dirilis oleh Nielsen Media Indonesia, Sebanyak 98% netizen menggunakan perangkat *smartphone* untuk mengakses internet dalam beberapa tahun terakhir. Netizen di Indonesia menunjukkan sebagian besar waktu mereka di internet untuk mengakses sosial media. Oleh karena itu, *company profile* perusahaan ini akan dibuat dalam bentuk video merujuk pada kebutuhan konsumen yang memiliki *smartphone* yang bisa mengakses *video company profile* ini dengan mudah.

Dalam proses pembuatan *video company profile* Perusahaan umum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara ini menggunakan teknik kamera *live shot* untuk pengambilan video yang akan dipadukan dengan animasi-animasi teks. Teknik kamera *live shot* merupakan sebuah teknik pengambilan video secara langsung yang menampilkan rentetan peristiwa yang sedang terjadi saat pengambilan video.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana memanfaatkan *video company profile* sebagai media informasi dan promosi di Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara.

## **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menampilkan profil perusahaan Bulog Kanwil Sultra.
2. Ruang lingkup penelitian ini hanya dilakukan di perusahaan Bulog Kanwil Sultra.
3. Sumber-sumber data diambil langsung dari perusahaan Bulog Kanwil Sultra.
4. *Video company profile* hanya menampilkan visi dan misi, produk-produk, bangunan, dan nilai inti dari perusahaan.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memanfaatkan media dalam hal ini *video company profile* sebagai media informasi dan promosi perusahaan kepada masyarakat.
2. Membantu Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara dalam menginformasikan profil perusahaan kepada masyarakat luas.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan Bulog Kanwil Sultra dalam memperkenalkan profil perusahaan ke masyarakat luas dan untuk mendapatkan atensi dari masyarakat. Manfaat lain dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam bidang videografi dan editing.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara atau proses yang dipilih oleh peneliti secara spesifik sebagai bentuk menyelesaikan perihal masalah yang diajukan dalam riset. Pengertian dari metodologi penelitian yaitu ilmu yang mengajarkan atau menjelaskan tentang bagaimana harusnya penelitian tersebut dilaksanakan. Sedangkan menurut para ahli, pengertian metode penelitian adalah sebagai berikut:

Menurut Prof. Dr. Sugiyono, metode penelitian adalah suatu cara atau proses ilmiah dengan tujuan memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tertentu.

Menurut Muhiddin Sirat, metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk menentukan beberapa topik serta penentuan judul dalam suatu penelitian.

Menurut Prof M.E. Winarno, metodologi penelitian merupakan kegiatan secara ilmiah dilakukan menggunakan teknik yang sistematis dan teliti.

Menurut Hery Rahyubi, metode penelitian yaitu salah satu model yang bisa digunakan untuk melakukan kegiatan belajar mengajar untuk tercapainya proses yang baik.

Menurut Nasir, metode penelitian adalah cara yang utama dan umumnya digunakan oleh peneliti dengan tujuan mencapai pemecahan masalah serta menemukan jawaban atas masalah yang ada.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Data Primer :

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data untuk mendukung perancangan *video company profile* Perum Bulog Kanwil Sultra. Pengambilan data dilakukan dengan bertanya langsung kepada pemilik perusahaan serta bertanya kepada konsumen dan masyarakat.

#### **2. Observasi**

Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan dan penginderaan di lapangan. Observasi dilakukan penulis secara langsung ke perusahaan, dengan memperhatikan kondisi perusahaan, apa

saja produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan, bagaimana visi dan misi, serta bagaimana kelebihan dan kekurangannya. Tujuannya adalah untuk mendapat data pendukung perancangan *video company profile* Perum Bulog Kanwil Sultra.

#### Data Sekunder :

##### 1. Studi Literatur

Studi Literatur yang dipakai dalam perancangan yaitu *Company Profile*, Media, Informasi, Promosi, *Videography*, Tipografi dan Warna sebagai landasan dalam penelitian guna menambah teori dan menunjang dalam perancangan *company profile*.

##### 2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan secara langsung untuk melihat kondisi dan cara kerja Perum Bulog Kanwil Sultra dengan pengambilan dokumentasi foto perusahaan serta mencatat hal-hal yang diperlukan dalam perancangan.

##### 3. Internet

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan penelitian terhadap data yang ada melalui jaringan internet dari artikel, situs, media sosial, maupun berita secara online tentang Perum Bulog Kanwil Sultra dan *company profile*.

### 1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan metode SWOT, karena dari metode SWOT peneliti dapat mengetahui kelebihan, kekurangan yang dimiliki perusahaan, peluang yang menjadi tujuan dari perusahaan, dan ancaman apa saja yang didapatkan oleh perusahaan. Sehingga informasi yang didapatkan akan menjelaskan kondisi perusahaan, serta memperjelas keunggulan perusahaan. Secara singkat analisis data model SWOT, dilakukan dengan melihat berbagai kondisi perusahaan, seperti :

1. *Strength*, yaitu kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan.
2. *Weakness*, yaitu kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
3. *Opportunities*, yaitu peluang yang dapat dimiliki untuk ekspansi jangka panjang perusahaan.
4. *Threats*, yaitu ancaman-ancaman yang didapatkan perusahaan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan secara garis besar dalam beberapa bab dan sub bab yang disusun sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian dalam menunjang penulisan skripsi ini.

## **BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi antara lain: deskripsi singkat tentang obyek penelitian, kemudian tinjauan terhadap sistem yang sedang berjalan saat ini di obyek penelitian penulis akan memaparkan hasil observasi yang dilakukan pada obyek penelitian, seperti visi dan misi perusahaan, keunggulan dan kekurangan perusahaan, serta gambaran umum pelayanan dan produk yang memerlukan pengembangan informasi dan promosi.

## **BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil-hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian, serta menyajikan produk hasil penelitian beserta pembahasannya.

## **BAB V. PENUTUP**

Bab ini mengemukakan kesimpulan serta saran dari apa yang telah diterangkan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya.