

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia informasi semakin cepat, hal ini ditandai dengan munculnya perangkat teknologi baru yang berkembang menjadikan orang yang ingin mencari suatu informasi menjadi lebih mudah. Jika pada zaman dahulu orang mencari suatu informasi harus pergi ke suatu tempat untuk membeli surat kabar atau mendengarkan radio dan melihat televisi, saat ini mereka dapat mengakses dengan mudah di manapun mereka berada tanpa harus pergi dan menikmati informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah.

Saat ini semua orang menggunakan gawai yang mudah mereka gunakan dan bisa dibawa ke manapun dengan tujuan untuk membantu meringankan pekerjaan mereka dan menyelesaikan permasalahan yang mereka temui di kehidupan sehari-hari dengan cepat dan mudah tanpa harus menanyakan pada orang-orang sekitar. Namun di samping itu, adanya gawai yang mereka bawa juga sering digunakan untuk bermain media sosial.

Media sosial saat ini banyak digunakan baik oleh orang tua maupun yang masih muda. Tidak hanya itu, media sosial juga beralih fungsi menjadi sarana promosi bagi perusahaan yang menawarkan suatu produk yang mereka buat atau yang mereka kembangkan untuk dipasarkan kepada pembeli yang membutuhkan suatu barang yang mereka inginkan dan dapat membantu kebutuhan serta pekerjaan mereka sehari-hari agar permasalahan yang mereka temui di keseharian dapat lebih mudah terselesaikan.

Untuk menyambut momentum tersebut, kemudian banyak produsen dan perusahaan-perusahaan yang pada akhirnya berlomba-lomba untuk mempercantik media sarana promosi yang mereka miliki, salah satunya

menggunakan video dengan beragam teknik pengambilan gambar. Seperti yang kita ketahui, saat ini dikenal berbagai macam teknik pengambilan video antara lain

- a. Video *Demo* untuk menunjukkan produk atau jasa yang digunakan pada saat bekerja.
- b. Video *Event* untuk menampilkan hasil rekaman suatu produk yang akan dipasarkan perusahaan.
- c. Video *Branding* untuk menunjukkan suatu produk yang dibutuhkan untuk membantu pembeli melalui suara dan gambar yang dihasilkan produk tersebut.

Beberapa hal tersebut dilakukan produsen untuk mendekati diri dengan konsumen agar dapat meningkatkan pemasaran dengan mengenalkan produk yang mereka jual. Selain mengenalkan produk, pemasaran dengan sarana video juga dapat mengenalkan profil perusahaan atau *company profile* dari si produsen. Pengertian tentang *company profile* menurut dua ahli:

Company profile merupakan ringkasan deskripsi informasi sebuah perusahaan (*corporate*) di mana perusahaan dapat memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik sesuai tujuan. [1]

- a. sejarah perusahaan yaitu tentang suatu profil atau filosofi perusahaan yang memberitahu tentang suatu penjelasan mengenai perusahaan yang dibuat secara ringkas yang dapat menggambarkan pekerjaan, kualitas, dan standar yang dijunjung dengan jelas.
- b. identitas perusahaan yaitu tentang suatu logo, seragam, interior kantor, visi, misi, dan lokasi perusahaan yang merupakan sebuah aktivitas perusahaan dan rencana perusahaan jangka panjang.
- c. sistem pelayanan dan fasilitas perusahaan tentang prestasi, keunggulan suatu perusahaan, dan deskripsi produk perusahaan.

Company profile merupakan ringkasan informasi sebuah perusahaan dimana perusahaan tersebut dapat menyajikan *company profile* dalam media media berikut: [2]

- a. Pembuatan *company profile* menggunakan media cetak yang dimuat dalam suatu brosur, majalah internal, dan sebagainya.
- b. Pembuatan *company profile* menggunakan video *recording* yang ditayangkan di berbagai media elektronik dan internet.

Begitu pentingnya arti sebuah *company profile* bagi produsen dan perusahaan membuat mereka berfokus untuk menciptakan teknik-teknik yang menarik perhatian dari konsumen. Salah satu teknik yang sering digunakan oleh perusahaan untuk membangun citra mereka dalam pembuatan video *company profile* yaitu dengan teknik *liveshoot*. Hal inilah yang kemudian membuka kesempatan juga bagi videografer untuk menawarkan jasa dan kreatifitas mereka dalam pembuatan video *company profile*, salah satunya yaitu Ciga Poster.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan dan pembuatan video *company profile* menggunakan teknik *liveshoot* sebagai media informasi pada Ciga Poster?

1.3. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam melakukan Penelitian ini, Penulis hanya dilakukan di Ciga Poster;
2. Teknik pembuatan video menggunakan teknik *Liveshoot*;
3. Informasi yang disampaikan dalam video *company profile* ini meliputi layanan yang diberikan oleh pihak Ciga Poster;

4. Video *company profile* ini dibuat dengan durasi 1 menit; dan
5. Ekstensi dan resolusi.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi tentang layanan yang dimiliki oleh pihak Ciga Poster;
2. Menghasilkan video *company profile* yang menyampaikan informasi dengan jelas dan singkat; dan
3. Memperkenalkan Ciga Poster ke masyarakat luas pada umumnya.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ciga Poster: Dengan adanya video *company profile* ini Ciga Poster dapat dikenal di platform Instagram;
2. Bagi peneliti lain: Sebagai bahan studi untuk membuat sebuah video *company profile* yang lebih baik; dan
3. Bagi Penulis: Dapat memahami proses pembuatan video *company profile* dengan menggunakan teknik *liveshoot*.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Membaca buku-buku referensi yang berkaitan dengan pembuatan video *company profile* dan jurnal-jurnal serta artikel yang berkaitan dengan penggunaan teknik *liveshoot*.

1. Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan atau objek yang diteliti.

2. **Metode Wawancara**

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian dengan mengadakan tanya jawab secara langsung berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti.

3. **Metode Perancangan**

Perancangan dilakukan dengan cara membuat ide cerita, sinopsis, *storyboard*, dan naskah.

