

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin maju, perusahaan perlu menemukan cara inovatif untuk mempromosikan diri mereka kepada publik. Salah satu metode yang semakin populer adalah melalui video *company profile*. Media ini efektif untuk menyampaikan sejarah, visi, misi, nilai-nilai, dan pencapaian perusahaan secara visual dan informatif sehingga meningkatkan kesadaran merek dan daya saing. Video menjadi media promosi yang modern dan inovatif untuk meningkatkan minat klien, konsumen, dan masyarakat umum terhadap perusahaan [1]. PT Larizo Terang Djaja merupakan perusahaan yang beroperasi di bidang kuliner Indonesia, terutama dalam memproduksi dan memasarkan bika ambon, bolu, roti, dan berbagai jenis jajanan pasar. Didirikan pada tahun 1999, perusahaan ini telah mengalami pertumbuhan yang pesat dengan berbagai cabang yang terletak di Yogyakarta, Jawa Tengah, dan area sekitarnya. Dari segi branding, PT Larizo Terang Djaja saat ini belum memiliki kekuatan yang optimal karena video *company profile* sebelumnya belum sepenuhnya merefleksikan potensi dan keunggulan produk. Kualitas gambar dan suara tersebut juga masih belum baik, sehingga pesan perusahaan tidak tersampaikan secara optimal. Di samping itu, video *company profile* sebelumnya belum disebarluaskan melalui platform perusahaan, sehingga membatasi jangkauan promosi, sedangkan video sangat berpengaruh terhadap peningkatan citra perusahaan. Media video mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kesadaran merek yang berdampak positif pada citra dan daya saing perusahaan di pasar [2]. Situasi ini membuat media tersebut kurang efektif sebagai alat komunikasi, khususnya dalam memperkenalkan identitas, sejarah, serta nilai-nilai perusahaan kepada mitra atau pihak luar yang ingin memahami perusahaan secara lebih mendalam. Apabila kualitas gambar dan presentasi tidak ideal, maka video *company profile* tidak dapat mencerminkan keunggulan perusahaan secara penuh dan mengurangi efektivitasnya sebagai sarana komunikasi dan promosi [3].

Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini akan merancang video *company profile* berbasis teknik *videography* dan *motion graphic* guna memperkuat identitas merek serta memperluas jangkauan promosi. Video interaktif yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat identitas merek melalui penyajian visual yang konsisten dan elemen kreatif yang menarik [4]. Video ini akan menyajikan informasi mengenai sejarah, visi dan misi, nilai-nilai utama, serta proses produksi perusahaan. Video *company profile* ini akan berfungsi sebagai media promosi sekaligus memperkenalkan PT Larizo Terang Djaja kepada masyarakat luas maupun mitra bisnis. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dihasilkan media promosi yang menyajikan gambaran perusahaan secara lebih memikat melalui visual berkualitas tinggi, animasi dinamis, serta narasi terstruktur untuk menyampaikan informasi mengenai sejarah, visi, misi, produk, keunggulan, dan budaya perusahaan secara efektif. Penelitian ini relevan untuk mengatasi keterbatasan branding PT Larizo Terang Djaja dan memberikan kontribusi praktis berupa media promosi yang efektif, sekaligus memperkaya wawasan tentang penerapan teknologi multimedia dalam promosi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan dan pembuatan video *company profile* yang mengintegrasikan teknik *videography* dan *motion graphic* untuk mencapai tujuan branding yang optimal. Peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa video *company profile* sebagai alat promosi sangat efisien dalam menyampaikan informasi menyeluruh tentang perusahaan dengan cara yang dinamis dan menarik [5].

Teknik *videography* dan *motion graphic* dianggap ideal karena mampu menciptakan media komunikasi yang menarik secara visual serta informatif. *Videography* sangat efektif dalam pembuatan video *company profile* karena menghasilkan media komunikasi yang menarik dan informatif dengan menampilkan profil perusahaan, proses produksi, produk, fasilitas, serta hubungan bisnis dengan cara yang jelas dan menarik secara visual [6]. Sementara itu, *motion graphic* dengan animasi dan grafik dinamis memfasilitasi penyampaian informasi kompleks, seperti perkembangan berdirinya outlet. Penggabungan animasi, grafik,

dan narasi yang meyakinkan memperlancar penyampaian pesan rumit secara lebih interaktif dan estetis. Grafik gerak dapat meningkatkan mutu video *company profile* sehingga pantas digunakan sebagai alat promosi dan identitas merek [7]. Gabungan keduanya mampu memperbaiki mutu penyampaian pesan, memperkuat merek, dan memperluas cakupan promosi melalui berbagai saluran, baik secara offline maupun online. Kombinasi *videography* dan *motion graphic* pada profil perusahaan menciptakan media promosi yang dinamis, efisien, dan fleksibel [8].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang dan membuat video *company profile* PT Larizo berbasis teknik *videography* dan *motion graphic*?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah rumusan masalah diidentifikasi, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membuat video *company profile* PT Larizo Terang Djaja berbasis teknik *videography* dan *motion graphic*.
2. Membangun citra dan branding PT Larizo Terang Djaja melalui video *company profile* agar dikenal lebih luas sebagai salah satu produsen bika Ambon, roti, dan bolu yang inovatif serta terpercaya dalam kualitas.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang terdapat di atas, penulis menetapkan batasan masalah agar tidak terjadi pelebaran masalah pada penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Software yang digunakan dalam pembuatan video *company profile* ini adalah Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, dan Adobe Illustrator.
2. Video *company profile* yang dihasilkan ditayangkan melalui platform YouTube sebagai media publikasi dan sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3. *Video company profile* ini menggunakan teknik *videography* yang dipadukan dengan unsur *motion graphic* dalam proses pembuatannya.
4. *Video company profile* ini membahas produk yang diproduksi langsung oleh perusahaan melalui pabrik milik sendiri.
5. *Video company profile* ini berdurasi kurang lebih 2–3 menit.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, di antaranya:

1. Menambah wawasan tentang penerapan teknik *videography* dan *motion graphic* dalam pembuatan *video company profile*.
2. Menjadi referensi bagi mahasiswa, pembuat konten, dan peneliti di bidang multimedia dalam mengembangkan video promosi perusahaan berbasis teknik *videography* dan *motion graphic*.
3. Memberikan PT Larizo Terang Djaja media promosi yang efektif untuk meningkatkan citra merek dan menjangkau pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini disusun secara sistematis agar memudahkan pembaca memahami alur penelitian, mulai dari latar belakang hingga kesimpulan dan saran. Sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tinjauan mendalam tentang studi literatur dan teori yang relevan dengan topik penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mendefinisikan masalah yang dihadapi, menganalisis kebutuhan sistem, serta merancang sistem yang akan digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pelaksanaan implementasi proyek, hasil dari proses produksi video *company profile*, serta analisis efektivitas media yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pelaksanaan penelitian, pencapaian tujuan, hasil yang diperoleh, serta saran untuk pengembangan media promosi PT Larizo Terang Djaja.

