

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era digital saat ini, media sosial memegang peran penting sebagai sarana untuk memasarkan layanan dan produk. Oleh karena itu, sebuah perusahaan membutuhkan *video company profile* untuk mengenalkan produk atau jasa yang dimilikinya[1]. Multimedia mendorong manusia terus berkembang dalam membuat media yang informatif. Saat ini, video menjadi media yang banyak diminati karena menyajikan informasi secara audio, teks, dan visual yang mudah diakses masyarakat. Hal ini mempermudah perusahaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk melalui *video company profile* sebagai alat promosi yang efektif[2]. Strategi *visual branding* melibatkan pemanfaatan elemen-elemen visual seperti warna, logo, gambar, dan tipografi untuk membangun identitas merek yang konsisten sehingga merek mudah dikenali. Di era digital yang sarat dengan konten visual, kemampuan sebuah merek untuk tampil menonjol dan diingat sangat bergantung pada efektivitas branding visualnya[3].

PT. Sahabat Ternak merupakan usaha terintegrasi yang bergerak di bidang peternakan kambing perah dan pengolahan susu kambing berkualitas tinggi. Alasan utama PT. Sahabat Ternak dalam memperkenalkan secara komprehensif dan menarik mulai dari nilai perusahaan, proses produksi susu kambing, hingga kualitas produk yang dihasilkan kepada calon pelanggan, mitra bisnis, maupun masyarakat luas melalui *video company profile* ialah menjawab keraguan konsumen terkait kualitas dan keamanan produk dengan menjelaskan proses produksi susu kambing yang higienis dan terstandarisasi serta meningkatkan *brand awareness* karena informasi dalam bentuk teks/foto sering sekali kurang efektif untuk saat ini, dengan itu *video company profile* ini diharap bisa mengatasi keterbatasan media lain dengan cara menyampaikan pesan secara lebih kuat, jelas, dan persuasif. PT. Sahabat Ternak berencana membuat *video company profile*.

Sebagai langkah strategis untuk memperkenalkan dan menginformasikan tentang dedikasi serta produk Sahabat Ternak secara lebih mendalam dan visual[4].

Pembuatan video *company profile* ini memadukan teknik *live shoot* dan *motion graphic* agar menghasilkan video yang menarik sekaligus informatif. Selain itu, kombinasi kedua teknik tersebut memungkinkan penyajian konten yang lebih kreatif dan mudah dipahami[4]. *Motion graphic* adalah seni visual yang memadukan elemen ilustrasi, tipografi, dan fotografi dalam sebuah desain komposit yang dianimasikan menggunakan alat bantu digital. Dengan teknik *motion graphic* dapat memberikan visual logo dan tipografi detail PT. Sahabat Ternak [5]. *Live shoot* merupakan teknik perekaman gambar bergerak secara langsung, dimana hasilnya harus melalui penyuntingan untuk menghasilkan video yang optimal [5].

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan tersebut, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana implementasikan *visual branding* dalam produksi video *company profile* di PT. Sahabat Ternak.

## 1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini menetapkan batasan masalah demi menjaga fokus pada permasalahan yang telah diidentifikasi. Oleh karena itu, penulis membuat batasan masalah sebagai acuan penelitian sebagai berikut :

1. Video ini dibuat sebagai *company profile* PT. Sahabat Ternak yang menyajikan informasi produk dan layanan perusahaan secara detail.
2. Pembuatan video ini menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Metode pengumpulan data dibatasi pada observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum dengan menggunakan skala Likert.
4. Durasi video dibatasi maksimal 4 menit untuk menjaga perhatian

penonton, dengan *frame rate* 60fps, *frame resolution* Match Adaptive High Bitrate (1920x1080), dan format mp4.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dilakukan, penulis menetapkan tujuan penelitian agar dapat diarahkan dengan jelas dan sistematis. Tujuan utama dari penelitian ini meliputi perancangan video *company profile* khususnya terkait dengan produk dan layanan yang disediakan oleh PT. Sahabat Ternak.

1. Menghasilkan sebuah video *company profile* yang berfungsi sebagai media promosi dan informasi.
2. Memproduksi dan implementasi visual branding pada video *company profile* yang merefleksikan identitas PT. Sahabat Ternak dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Memanfaatkan video *company profile* di platform media sosial secara efektif, dan sebagai alat pemasaran strategis yang membantu memperluas jangkauan pasar PT. Sahabat Ternak.
4. Membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas susu kambing yang diproduksi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti dapat memperdalam pemahaman mengenai tahapan proses produksi media promosi, mulai dari perencanaan konsep, pembuatan konten, hingga strategi distribusi digital yang efektif.

2. Manfaat Praktis

Dengan memanfaatkan media ini, perusahaan mampu meningkatkan

citra profesional, memperluas target pasar, dan membuka berbagai peluang kemitraan bisnis baru yang lebih luas dan beragam.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk menguraikan gambaran umum dari setiap bab yang ada, berikut merupakan kerangka sistematika penulisan dalam penelitian ini..

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bab ini menjelaskan alasan dan urgensi penelitian, serta ruang lingkup yang menjadi fokus penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Membahas teori-teori yang relevan sebagai dasar penelitian, seperti konsep *video company profile*, teknik *live shoot*, *motion graphic*, dan media promosi digital. Bab ini juga memuat penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup pendekatan penelitian, tahap-tahap perancangan dan produksi video, serta teknik pengumpulan dan analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menyajikan hasil penelitian berupa proses pembuatan *video company profile* PT. Sahabat Ternak, termasuk tahapan *live shoot* dan *motion graphic*. Bab ini juga memuat pembahasan mengenai kualitas video yang dihasilkan dan relevansinya dengan kebutuhan promosi PT. Sahabat Ternak.

### **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan untuk PT. Sahabat Ternak atau pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.