

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Mitra Optima Talenta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelatihan, konsultasi, dan pengembangan sumber daya manusia. Sebagai perusahaan yang berfokus pada peningkatan kompetensi individu maupun organisasi, PT. Mitra Optima Talenta perlu memiliki media komunikasi yang profesional untuk membangun citra perusahaan serta memperluas jangkauan informasi kepada calon klien dan mitra kerja. Media promosi yang digunakan masih terbatas kurang mampu menyampaikan informasi perusahaan secara informatif, yaitu dalam *video company profile* sebelumnya hanya berdurasi sekitar 1 menit serta belum dilengkapi narasi yang menjelaskan profil perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, visual yang ditampilkan masih terbatas dan penggunaan teks di dalam video terlalu banyak sehingga informasi yang disampaikan kurang komunikatif dan kurang menarik bagi audiens. Selain itu, keterbatasan media promosi juga berdampak pada kurang luasnya jangkauan informasi, sehingga peluang untuk menarik klien baru dan menjalin kerja sama menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan *video company profile* yang dapat merepresentasikan karakter perusahaan secara dinamis, kredibel, dan modern. Salah satu bentuk media promosi yang kini banyak digunakan adalah *video company profile*, yaitu video yang berfungsi memperkenalkan identitas, visi, misi, layanan, dan keunggulan suatu perusahaan kepada publik secara menarik dan informatif. Media audiovisual modern seperti video tidak sekedar menyajikan data, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi strategis yang mampu merefleksikan karakter perusahaan secara kredibel dan kontemporer, sehingga audiens dapat memahami nilai, layanan, serta keunggulan organisasi secara lebih menarik dan meyakinkan.

Dalam upaya menciptakan media promosi yang efektif dan menarik, dengan menampilkan kondisi perusahaan secara langsung, video terasa lebih hidup dan nyata. Audiens tidak hanya sekedar melihat informasi, tetapi juga bisa merasakan suasana kerja serta profesionalitas yang ada di PT. Mitra Optima Talenta. Selain

itu, penyampaian informasi menjadi lebih mudah dipahami karena disajikan melalui visual yang menarik dan alur cerita yang jelas. Teknik *liveshoot* dipilih sebagai metode utama dalam pembuatan video company profile. Teknik ini dapat mendukung dalam pengambilan gambar secara langsung di lokasi kegiatan perusahaan, seperti proses pelatihan, wawancara dengan direktur, serta dokumentasi fasilitas perusahaan. Dengan pendekatan *liveshoot*, video yang dihasilkan tidak hanya menampilkan informasi deskriptif, tetapi juga menghadirkan nuansa autentik yang mencerminkan budaya kerja dan profesionalitas PT. Mitra Optima Talenta.

Dalam penggunaan teknologi audio visual dalam pembuatan Video *Company Profile* menggunakan teknik *liveshoot* dipilih karena lebih efektif dan menarik dalam menyampaikan informasi dibandingkan media yang biasanya digunakan. Teknik ini memberikan kesan perusahaan dalam kondisi secara langsung, sehingga memperkuat kepercayaan audiens terhadap informasi yang diberikan. Selain itu, menggunakan video sebagai alat promosi lebih mudah dipahami, menarik secara visual, dan bisa mencapai lebih banyak orang melalui berbagai platform digital. Dengan demikian, pembuatan *Company Profile* PT. Mitra Optima Talenta Menggunakan teknik *liveshoot* menjadi penting sebagai bentuk implementasi ilmu desain komunikasi visual dan multimedia yang tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada fungsi strategis dalam mendukung identitas dan keunggulan perusahaan di mata publik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kesimpulan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang dan memproduksi video *company profile* PT. Mitra Optima Talenta menggunakan teknik *liveshoot*?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Merancang dan memproduksi *video company profile* PT. Mitra Optima Talenta sebagai media promosi berbasis digital.

2. Menghasilkan media komunikasi *audiovisual* yang efektif dan menarik dalam menyampaikan informasi perusahaan.
3. Menampilkan aktivitas dan layanan perusahaan secara autentik melalui penerapan teknik *liveshoot*.
4. Menganalisis efektivitas *video company profile* PT. Mitra Optima Talenta dalam meningkatkan daya tarik terhadap calon klien dan mitra bisnis.

1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian ini difokuskan pada pembuatan *video company profile* PT. Mitra Optima Talenta sebagai media promosi berbasis audiovisual.
2. Proses produksi video menggunakan teknik *liveshoot* yang dilakukan secara langsung di lingkungan perusahaan.
3. Proses editing video dilakukan menggunakan aplikasi *CapCut Pro*, *Adobe After Effect* sebagai perangkat lunak dalam pengolahan video.
4. Konten video dibatasi pada profil perusahaan, visi dan misi, layanan, aktivitas Perusahaan, serta wawancara dengan pimpinan perusahaan.
5. Target *audiens* video adalah calon klien, mitra bisnis, serta masyarakat umum yang membutuhkan informasi mengenai perusahaan.
6. Media distribusi video difokuskan pada *platform* digital seperti media *social* perusahaan.
7. Pengujian video dilakukan berdasarkan aspek kualitas visual, kejelasan informasi, serta daya tarik sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teknis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah *video company profile* sebagai media promosi yang menggunakan audiovisual, sehingga mampu menampilkan *profile* perusahaan, layanan, serta keunggulan PT. Mitra Optima Talenta secara menarik dan mudah dipahami, serta memberikan gambaran yang tersruktur tentang proses pembuatan video, mulai dari tahapan pra-produksi menggunakan teknik *liveshoot*, hingga

tahap pasca-produksi dengan memanfaatkan aplikasi *CapCut Pro*, *Adobe After Effect* sebagai alat *editing*.

2. Manfaat Non-Teknis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menjaga citra perusahaan PT. Mitra Optima Talenta dikenal oleh masyarakat dan membantu memperluas penyampaian informasi kepada calon klien serta mitra bisnis. Selain itu, video *company profile* juga bisa membantu audiens memahami *profile* perusahaan, layanan, serta keunggulan perusahaan secara lebih efektif dan menarik, sehingga mampu mendukung penguatan identitas serta daya saing perusahaan di era digital.

1.6 Sistematika Penulisan

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan PT. Mitra Optima Talenta mengenai; Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tinjauan Penelitian, Batasan Masalah, dan Manfaat Penelitian.

2. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi referensi dan landasan teori, yang digunakan pada video *company profile* PT. Mitra Optima Talenta.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan prosedur pelaksanaan magang di PT. Mitra Optima Talenta yang terdiri dari alur pelaksanaan magang dalam bentuk *flowchart* dan uraian penjelasan setiap tahapan kegiatan, ruang lingkup pekerjaan, metode pengumpulan data, serta target capaian *project* magang.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan implementasi hasil akhir *project* dan pengujian hasil Video Company Profile menggunakan alpha beta testing.

5. BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang berisi usulan perbaikan atau pengembangan terhadap kekurangan dalam penelitian yang belum terealisasi, namun layak untuk dilaksanakan.