

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile adalah deskripsi yang menyajikan informasi berhubungan dengan perusahaan melalui media tertentu (Saputra, 2014). *Company profile* berguna sebagai media promosi dan sumber informasi untuk memperkenalkan perusahaan atau produk sehingga dapat lebih dikenal masyarakat. Sebuah *company profile* dapat berupa penjelasan singkat nilai perusahaan maupun produk (Muhammad, Prawiradiredja, & Fitriyah, 2018). *Company profile* juga dapat berisi prestasi dan penghargaan perusahaan. Media sosial seperti Youtube, Instagram dan Facebook sering digunakan sebagai media penyebaran *Company profile* kepada masyarakat.

Media sosial menimbulkan fenomena besar dalam arus informasi. Media sosial memanfaatkan internet sedangkan media tradisional memanfaatkan media cetak dan *broadcast*. Media konvensional semakin digantikan oleh media sosial karena keunggulannya berupa akses cepat dalam penyebaran informasi. Media sosial dapat menjadi wadah informasi yang memberi kebebasan pengguna untuk berpartisipasi memberikan kontribusi, komentar maupun masukan yang cepat dan tidak terbatas. Hal ini menyebabkan media sosial menjadi media yang sangat potensial untuk memperkenalkan perusahaan atau produk tanpa memerlukan software khusus dan menggunakan investasi yang kecil bahkan gratis (Purwudiantoro, S.W., & Hadi, 2016).

Perkembangan teknologi sudah menimbulkan dampak positif maupun negatif dalam setiap aspek kehidupan (Gani, 2018). Salah satu bidang yang sangat

dipengaruhi adalah ekonomi, dimana tingkat persaingan antar usaha sudah semakin tinggi. Perkembangan teknologi menimbulkan dampak positif di bidang ekonomi seperti semakin kreatifnya cara masyarakat melakukan ekonomi.

Penggunaan teknologi untuk melakukan bisnis mulai dari peningkatan penjualan, melakukan transaksi, kinerja perusahaan, sampai pada alasan efektifitas dan efisiensi (Setiawan, 2017). Namun dibalik dampak positif tersebut, muncul sisi negatif berupa masalah kepercayaan. Pengenalan dan peningkatan rasa percaya kepada konsumen sangat dibutuhkan untuk memperlancar proses bisnis (Anwar & Adidarma, 2016). Maka dari itu, perusahaan harus cerdas memilih upaya pengenalan bisnis yang tepat misalnya melalui brosur, majalah, video atau *website* berisi *company profile*.

Satu dari banyak media yang sangat menarik untuk dibuat sebagai *company profile* suatu perusahaan adalah video. Selain tampilan berupa visual, video juga mengandung media pendukung berupa *audio* (Budiman, Adri, & Irfan, 2016).

Kelebihan ini menjadi salah satu sebab dari banyaknya video berisi *company profile* perusahaan sebagai upaya pengenalan. Penyebaran yang dapat dilakukan melalui media sosial membuat video semakin memberikan kemudahan bagi pengusaha (Alloq, Kusumawati, & Abdillah, 2018). Video *company profile* memberikan pengetahuan dan kesan kepada masyarakat sehingga perusahaan memiliki pencitraan yang baik. Selain bidang bisnis, video *company profile* juga digunakan pada bidang pendidikan.

Universitas Internasional Batam (yang selanjutnya akan disebut UIB) adalah salah satu universitas swasta yang berlokasi di Batam. UIB menyediakan banyak pilihan program sarjana dan magister. Program sarjana UIB yaitu ilmu hukum,

akuntansi, manajemen, pariwisata, teknik elektro, sistem informasi, teknologi informasi, teknik sipil, arsitektur, dan pendidikan bahasa Inggris. Program magister UIB yaitu hukum dan manajemen.

Program Sarjana Manajemen (yang selanjutnya akan disebut dengan PS Manajemen) UIB memiliki akreditasi A. PS Manajemen UIB berharap dapat lebih dekat dengan masyarakat dan dikenal dengan pencitraan yang baik. PS Manajemen UIB membutuhkan *video company profile* sebagai suatu sarana pengenalan kepada masyarakat selain melalui brosur, spanduk dan website. Sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan organisasi, topik kerja praktek yang diambil penulis berjudul “**Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Program Sarjana Manajemen di Universitas Internasional Batam**”.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang dirumuskan agar laporan kerja praktek lebih terfokus, yaitu:

1. Dimana pengambilan video *company profile* PS Manajemen UIB dilakukan?
2. Apa saja yang disampaikan dalam video *company profile* PS Manajemen UIB?
3. *Software* apa yang akan digunakan sebagai media editing?
4. Dimana sarana implementasi video *company profile* PS Manajemen UIB?
5. Apa hasil implementasi dari video *company profile* PS Manajemen UIB?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penulisan laporan “Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Program Sarjana Manajemen di Universitas Internasional Batam” adalah:

1. Video berisi informasi berupa tahun berdiri, visi, misi, prestasi, kegiatan mahasiswa, akreditasi, dan sertifikasi.
2. Video diolah menggunakan Adobe Premiere, Photoshop, dan After Effect.
3. Video tidak berisi informasi yang bersifat privasi seperti keuangan.

1.4 Tujuan Kerja Praktek

Penulisan laporan “Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Program Sarjana Manajemen di Universitas Internasional Batam” bertujuan:

1. Memberi solusi kebutuhan video *company profile* kepada PS Manajemen UIB.
2. Syarat kelulusan sarjana (S-1).
3. Kesempatan penulis mempraktekkan ilmu yang diterima selama masa perkuliahan.
4. Kesempatan penulis untuk memanfaatkan ilmunya sebagai kontribusi kepada masyarakat.

1.5 Luaran Proyek

Video *company profile* PS Manajemen UIB yang akan dirancang oleh penulis akan menghasilkan luaran proyek pada media sosial yaitu Youtube, berfungsi sebagai sarana untuk pengenalan dan pendekatan kepada masyarakat.

1.6 Manfaat Proyek

Manfaat yang diharapkan dapat diterima perusahaan maupun penulis dari pelaksanaan kerja praktek adalah:

1. Bagi PS Manajemen UIB

Proyek berupa video *company profile* dapat memberikan informasi tentang PS Manajemen UIB.

2. Bagi penulis

Penulis bisa memikirkan konsep untuk perancangan video hingga sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mampu meningkatkan kapabilitas penulis terhadap penggunaan *software*.

3. Bagi akademik

Proyek ini berguna untuk mempraktekkan ilmu dan referensi dalam penulisan laporan mahasiswa lain yang memiliki keterkaitan topik.

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan proyek, luaran proyek, manfaat proyek dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas tinjauan pustaka sebagai bahan evaluasi penulis dalam penelitian dan landasan teori yang berhubungan dengan perancangan video *company profile* PS Manajemen UIB.

BAB III GAMBARAN UMUM ORGANISASI

Bagian ini menampilkan identitas, struktur, kegiatan operasional, dan sistem yang digunakan maupun sistem yang akan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan organisasi.

BAB IV METODOLOGI

Bagian ini menjelaskan metode untuk melakukan perancangan dan pengembangan proyek.

BAB V ANALISA DATA DAN PERANCANGAN

Bagian yang membahas analisa data, perancangan dan kendala implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bagian yang menunjukkan hasil implementasi yang telah digunakan pada media sosial.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi akhir dari laporan yang memberitahukan seluruh inti laporan yang telah dirancang dan juga saran yang akan diberikan setelah proyek telah dianalisis.