

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini keperluan informasi menjadi keperluan yang sungguh penting di masyarakat luas. Informasi bisa didapatkan dengan berbagai cara, bisa lewat televisi, radio, koran, maupun iklan. Masing-masing memiliki keunikan yang berbeda, tapi memiliki kesamaan yaitu menyampaikan informasi sebagai alat untuk mempromosikan perusahaan tersebut (Thomas, Sompie, & Sugiarto, 2018).

Dengan kemajuan teknologi informasi dan multimedia saat ini, media yang digunakan dalam penyampaian informasi tidak hanya sebatas tulisan dan gambar melainkan menggunakan video (Habibi, 2018). Hal ini membuat perusahaan dapat menyusun teknik baru untuk memperkenalkan perusahaan atau produk yang ditawarkan dalam bentuk video. Salah satu sarana yang sangat strategis adalah video *company profile* demi menaikkan citra perusahaan dan juga menjadi sarana informasi dan promosi yang efektif (Chonanja, 2016).

Company Profile sebuah media informasi yang efektif bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang agar mengetahui apa yang perusahaan miliki untuk ditawarkan. *Company Profile* menjadi sangat perlu dan wajib dimiliki oleh suatu perusahaan karena dapat meningkatkan citra dan juga menjadi media informasi yang efektif dalam menarik konsumen. Dalam *company profile* juga menunjukkan produk-produk, visi dan misi dari perusahaan tersebut (Desrianti, Wandanaya, & Sumaryani, 2014).

Bagi perusahaan saat ini *company profile* berbentuk video berperan penting dalam mempromosikan perusahaan. Dengan adanya pembuatan *company profile* berbentuk iklan video diinginkan dapat memperlancar kegiatan mempromosikan

produk perusahaan yang akan dipasangkan kedalam media youtube. Dengan merancang iklan video dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen dan mempercepat aliran informasi dan pemrosesan data yang ada di dalam video (Meifilina, 2016).

Youtube sebagai media promosi sangat gampang dipergunakan karena situs youtube sudah sangat dikenal dibandingkan dengan situs lainnya, youtube sudah menjadi favorit pengguna internet sebagai media promosi dan jumlah videonya sangatlah banyak. Media yang sangat berpotensi adalah media sosial dalam memublikasikan perusahaan atau produk tanpa menggunakan aplikasi khusus dan biaya yang diperlukan hanya kecil bahkan gratis (Priambada, 2015).

CV. Nitason Sejati Batam ialah perusahaan berjalan disektor alat bantu pekerjaan yang menawarkan barang dan jasa. Selama ini CV. Nitason Sejati Batam melaksanakan kegiatan promosi agar menarik pelanggannya hanya dilakukan dari mulut ke mulut (antar relasi) dan masih belum pernah melakukan kegiatan promosi melalui video iklan. Media ini memang berguna, tetapi penyampaiannya kurang tepat saat diukur dan diperkirakan informasi disampaikan. Sebagai dasar untuk mengembangkan media informasi untuk promosi perusahaan dengan cara yang unik, kreatif dan inovatif untuk mendukung kegiatan promosi perusahaan bagi pembaca (Hermawan Latius, 2015).

Berdasarkan latar belakang ini penulis berniat untuk membuat dan implementasi sebuah video iklan *company profile*. Maka penulis membuat Laporan Kerja Praktik (KP) dengan judul **“Perancangan Dan Implementasi Iklan Company Profile Berbasis Video Di CV. Nitason Sejati Batam”**.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat masalah yang ada dilatar belakang lalu dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara perusahaan CV.Nitason Sejati Batam dalam memperkenalkan perusahaan maupun produk dan jasa kepada calon konsumen? Dan solusinya apa?
2. Perangkat keras dan lunak apa saja dibutuhkan pada saat membuat video profil perusahaan?
3. Apakah video profil perusahaan yang telah dirancang diterima oleh pemilik perusahaan? Lalu video profil perusahaan diimplementasikan dimana?
4. Apakah dengan adanya video profil perusahaan CV. Nitason Sejati Batam telah pecahkan masalah yang dimaksud?

1.3 Batasan Masalah

Pada batasan masalah ini masalah akan dibatasi agar laporan kerja praktek lebih tersusun sebagai berikut:

1. Mengambil video dan gambar akan dilaksanakan dilingkungan CV. Nitason Sejati Batam
2. Dalam video akan berisikan tentang CV. Nitason Sejati Batam juga barang dan jasa yang ditawarkan.
3. Perekaman video iklan ditangkap memakai kamera *Fujifilm XT-100*.
4. Video akan dibentuk memakai *software Adobe Premiere pro cc 2019* juga *Adobe photoshop cc 2019*.
5. Video akan diterapkan kedalam jejaring sosial *Youtube*.

1.4 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan dari proyek perancangan ini adalah:

1. Jalan keluar permasalahan perusahaan demi menaikkan citra perusahaan dan memicu minat konsumen terhadap barang yang ditawarkan.
2. Persyaratan kelulusan S-1 bagi penulis.
3. Menjadi jalan bagi penulis untuk menerapkan keahlian yang telah diperoleh saat kuliah di Universitas Internasional Batam.
4. Menjadi jalan bagi penulis demi memperoleh pengetahuan kerja di CV. Nitason Sejati Batam.

1.5 Luaran Kerja Praktek

Luaran kerja praktek adalah perancangan dan implementasi iklan *company profile* berbasis video di CV. Nitason Sejati Batam dan di implementasikan didalam youtube.

1.6 Manfaat Kerja Praktek

Manfaat dari kerja praktek ini adalah:

1. Bagi Penulis
Menjadi dasar untuk meminta pengetahuan yang telah diterima untuk mempelajari konferensi dan juga untuk memperoleh pengetahuan teknologi dapat digunakan secara bijak dan dapat memberikan bayangan pada dunia kerja bagi para penulis.
2. Bagi Perusahaan

1. Membuatkan iklan tentang profil perusahaan CV. Nitason Sejati Batam.
2. Pengenalan teknologi dapat membantu menemukan orang yang tertarik ingin membeli.
3. Bagi Akademisi
Buat bahan referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan pekerjaan praktis dan meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang desain dan implementasi video.

1.7 Sistematika Pembahasan

Tujuan dari penyusunan sistematika pembahasan adalah untuk memudahkan penulis dalam menyusun laporan kerja praktek. Adapun sistematika pembahasan terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini jelaskan latar belakang, ruang diskusi, tujuan praktik bisnis, guna pelatihan kejuruan, hasil pelatihan kejuruan, dan diskusi system.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup beberapa penelitian landasan teori dan bibliografi yang diperlukan untuk mendukung pelaporan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada ke-3 berikan gambaran umum tentang perusahaan berawal dari informasi perusahaan, aktivitas, sistem kerja, kegiatan, bentuk organisasi yang ada.

BAB IV METODOLOGI

Bagian 4 membahas cara-cara yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian guna meningkatkan penelitian sehingga penelitian dapat dicapai.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan analisis yang akan dilakukan berdasarkan desain yang telah disiapkan, serta diskusi tentang video yang sedang diuji dan kondisi dibalik proses implementasi.

BAB VI IMPLEMENTASI

Bab ini berisi proses-proses yang terjadi pada tahap implementasi dan umpan balik yang diperoleh dari hasil desain yang diimplementasikan dalam praktik ketenagakerjaan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bagian dari kesimpulan yang berisi kesimpulan dari laporan lengkap ini, temuan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan video profil perusahaan yang ada dalam penelitian dan rekomendasi yang direkomendasikan untuk peneliti masa depan.