

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*Multimedia* merupakan pengabungan dari 5 alat yang terdiri dari suara, gambar, video, animasi serta teks (Uno, Wahjoedi, & Haryono, 2016). Di era globalisasi pada saat ini *multimedia* merupakan salah satu cara yang tepat untuk memudahkan dalam penyampaian sebuah informasi secara nyata maupun visual. *Multimedia* dapat menciptakan sesuatu yang baru sehingga lebih menarik, salah satunya adalah penerapan multimedia sebagai promosi periklanan (Mahmudi, 2014).

Periklanan mendapatkan sorotan tajam semenjak aspek informasi menjadi proses berguna dalam membangun merek atau *brand*, periklanan dipandang mampu mempengaruhi masyarakat (Prayanto & Milka, 2017). Iklan sebagai salah satu perantara untuk mempermudah dalam pemasaran yang menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, serta usaha dari perusahaan untuk menghadapi kompetitor (Gunawan, 2015). Pada era modern ini, media promosi iklan dapat menyamakan seiringnya perkembangan zaman, yaitu media iklan elektronik berupa video dipandang lebih mudah dan efisien.

*Company Profile* merupakan sebuah aset suatu perusahaan yang digunakan sebagai simbol pengenal untuk melakukan kerjasama dan komunikasi dalam lingkup intern perusahaan. *Company Profile* digunakan sebagai sarana penyampaian promosi dan komunikasi untuk institusi agar mampu mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan berkembangnya media

internet saat ini , pembuatan *Company Profile* kini lebih luas salah satunya adalah video yang diimplementasikan menggunakan *social media* yaitu *youtube*.

*Social Media* menjadi bagian penjualan yang baik dan dapat menambah jumlah pelanggan. Bagi pelanggan, *social media* menjadi salah satu pelayanan dalam koneksi jaringan yang bisa berkomunikasi lewat dua arah. Dalam menyampaikan informasi *social media* sangat berguna karena mayoritas pemakai dari kalangan anak-anak hingga orang tua (Irianto, 2015). Dengan menggunggah video *Company Profile* melalui *social media* sebagai pilihan yang efektif untuk memperoleh pasar konsumen yang lebih besar lantaran sekarang masyarakat yang kebanyakan menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Toko IKIRU merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang distributor sepeda. Saat ini perusahaan memiliki permasalahan yaitu masih minimnya penyebaran informasi dan promosi ke masyarakat umum, sehingga calon pembeli tidak mengetahui lokasi keberadaan dari Toko IKIRU.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang ada diatas, penulis akan merancang video profil serta membuat lapoeran kerja prakyek yang berjudul “Perancangan dan Implementasi Video *Company Profile* di Toko IKIRU” yang diimplementasikan melalui *youtube*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis dapat merumuskan masalahnya dalam laporan kerja praktik adalah:

1. Bagaimana cara untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan dari Toko IKIRU kepada calon pembeli?

2. Bagaimana cara membuat sebuah video profil perusahaan untuk media promosi yang menarik?

3. Bagaimana mengimplementasikan video profil perusahaan kepada calon pembeli?

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari perancangan video *company profile* ini, yaitu :

1. Video ini menayangkan video profil tentang Toko IKIRU.
2. Tempat pelaksanaan kerja praktek ini dilakukan di Toko IKIRU.
3. Perekaman dalam video ini menggunakan kamera *Fujifilm X-T100*.
4. Proses pengeditan video menggunakan *Adobe Premiere pro cc 2018* dan *Adobe Photoshoop cc 2018*.
5. Hasil proyek akan ditunjukkan kepada calon pelanggan Toko IKIRU melalui *social media* yaitu *youtube*.

### 1.4 Tujuan Proyek

Adapun tujuan proyek untuk perancangan ini, yaitu:

1. Sebagai jalan keluar untuk meningkatkan citra perusahaan serta menambah ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
2. Sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sastra Satu (S1) bagi penulis.
3. Mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama kuliah ke dunia kerja.

### 1.5 Manfaat Proyek

Berikut ini keuntungan dari perancangan *project* ini, yaitu:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Untuk memudahkan kepada masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Toko IKIRU.
  - b. Sebagai media promosi baru untuk Toko IKIRU.
2. Bagi Penulis
  - a. Mendapatkan kesempatan untuk mencoba serta mengembangkan hasil belajar pada berbagai perkuliahan secara teori dalam kehidupan nyata.
  - b. Untuk mengembangkan *skill* penulis dalam penggunaan *software* editing video.
3. Bagi Akademisi
  - a. Sebagai acuan untuk mahasiswa saat penyusunan laporan kerja praktik.
  - b. Untuk memperluas pandangan civitas akademik Universitas Internasional Batam pada umumnya.

### 1.6 Luaran Proyek

Hasil luaran *project* untuk perancangan ini yaitu berbentuk video profil perusahaan Toko IKIRU serta diimplementasikan melalui *social media* yaitu *youtube*.

## 1.7 Sistematika Pembahasan

Dari keseluruhan penulisan laporan Kerja Praktek ini disusun dalam tujuh bab yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I menjelaskan tentang latar belakang permasalahan dari perusahaan, beikutnya menjelaskan ruang lingkup berdasarkan latar belakang yang ada kemudian penulis merumuskan masalahnya ke dalam laporan kerja praktek, selanjutnya menjelaskan tujuan dari penelitian, manfaat penelitian bagi perusahaan, penulis dan akademisi serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II mejelaskan tinjauan pustaka sebagai materi untuk evaluasi penulis dan digunakan sebagai dasar yang berhubungan dengan perancangan kerja praktik untuk Toko IKIRU, kemudian menjelaskan landasan teori untuk menjelaskan konsep berdasarkan para ahli .

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab III menjelaskan gambaran dari perusahaan mulai dari identitas, kegiatan operasional, bentuk organisasi, serta system yang digunakan.

### **BAB IV METODOLOGI**

Pada bab IV meliputi metode yang dipakai oleh penulis untuk melaksanakan penelitian serta untuk meningkatkan tujuan dari penelitian dapat dicapai.

## **BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Pada bab V membahas tentang hasil dari analisis data serta perancangan video profil perusahaan berupa *storyboard*.

## **BAB VI IMPLEMENTASI**

Dalam bab VI menjelaskan langkah – langkah saat proses *editing* serta hasil dari perancangan video *Company Profile* yang sesuai dengan *storyboard*.

## **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab VII merupakan bagian akhir dari pembuatan laporan kerja praktik yang berisi kesimpulan serta saran untuk kedepannya.