

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dunia digital telah berkembang pesat, membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi yang tidak hanya mengubah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan belajar, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat menjalani kehidupan sehari-hari. Perkembangan zaman yang semakin pesat telah menjadi pendorong utama munculnya berbagai industri. Salah satunya yaitu industri teknologi yang berfokus pada pengembangan solusi digital dan layanan pelatihan yang berkualitas tinggi yang mulai kian gencar untuk menjangkau audies lebih luas.

Media komunikasi digital dapat dilakukan dengan lebih luas dan mudah untuk membantu perusahaan menyampaikan visi misi maupun latar belakang baik sebuah produk yang di produksi oleh perusahaan atau pelaku usaha. Media komunikasi digital yang banyak di temukan adalah penggunaan video yang digunakan sebagai wadah dalam menyampaikan profil Perusahaan (company profile). Video merupakan gabungan visual (gambar) dan audio (suara) yang menyajikan media informasi dengan jelas dan dapat di terima oleh audiens terkait produk maupun jasa layanan yang di tawarkan nantinya kepada perusahaan dan mengutamakan tulisan, gambar serta desain yang menarik sehingga isi dari video company profile ini lebih mudah dimengerti oleh para audience (Pradana, Y. K.

(2020). LKP: Perancangan Video Company Profile sebagai Media Promosi PO Subur Agung (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

Company profile merupakan pencitraan dari profesionaliti Perusahaan yang dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat desain Company profile terlihat lebih menarik customer terkesan (R Liem, E Srisanto, RP Sutanto 2015). Pada dasarnya profile video of the company merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan secara persuasif dan sebagai media promosi bagi masyarakat atau perusahaan dan instansi pendidikan. Segala hal yang bersangkutan dengan produk dan desain yang dihasilkan akan diperkenalkan kepada masyarakat untuk media promosi ( Risti P.S.H,2021 ).

Company profile yang kurang menarik akan menimbulkan keraguan bahkan kurangnya minat konsumen terhadap suatu Perusahaan terutama penyedia jasa dan produk. Masih banyak Perusahaan yang belum mengenal atau mengaplikasikan teknik atau metode pemasaran menggunakan video Company profile, sehingga tidak banyak Masyarakat yang mengetahui informasi seputar Perusahaan secara menyeluruh, dengan teknik video Profile sebuah Perusahaan dapat memberikan informasi seputar lokasi serta alat dan jasa yang disediakan pihak Perusahaan ataupun sebagainya. Video Company profile juga bisa digunakan untuk memcompany profilekan serta mengiklankan Perusahaan kepada masyarakat luas melalui media sosial yang dapat di akses oleh siapapun. (Wijoyo,

H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*).

Company profile dibuat dengan tujuan mempublikasikan tujuan, produk suatu perusahaan atau badan usaha tertentu untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Dalam pembuatan Company profile harus memperhatikan segi teknisnya seperti penggunaan aplikasi yang sesuai dengan standart dan hardware yang mencukupi, pengambilan gambar pada video ada beberapa teknik di antaranya seperti camera angle, camera movement dan frame size.

CV. Mediatama Web Indonesia perusahaan teknologi yang berfokus pada pengembangan solusi digital dan layanan pelatihan yang berkualitas tinggi. Berdiri sejak tahun 2017, telah menjadi mitra terpercaya bagi berbagai sektor bisnis dalam menciptakan aplikasi website dan aplikasi mobile berbasis Web dan Android yang inovatif serta memberikan pelatihan komputer dan pemrograman yang komprehensif.

CV. Mediatama Web Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa teknologi informasi dan pelatihan memiliki peluang besar untuk mengembangkan strategi komunikasi berbasis media digital. Sebagai perusahaan yang terus berkembang di Sumatera Barat, Mediatama Web telah menunjukkan komitmennya dalam memberikan solusi digital yang inovatif untuk mendukung kebutuhan bisnis masyarakat. Potensi inilah yang menjadi kekuatan utama perusahaan dalam membangun kepercayaan publik sekaligus memperluas pasar.

Namun, di sisi lain, perusahaan masih menghadapi beberapa kendala. Pertama, belum adanya video company profile yang menarik dan informatif untuk

memperkenalkan perusahaan secara lebih luas. Kedua, masih minimnya pemahaman masyarakat mengenai layanan dan produk yang ditawarkan, sehingga keberadaan perusahaan belum sepenuhnya dikenal secara optimal. Ketiga, strategi pemasaran yang diterapkan masih memerlukan penguatan agar mampu meningkatkan citra perusahaan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, diperlukan sebuah solusi berupa **Perancangan Video Company Profile CV. Mediatama Web Indonesia** yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana informasi yang efektif. Video company profile yang dirancang dengan baik akan menampilkan identitas, layanan, serta nilai perusahaan secara visual sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat. Selain itu, penggunaan media digital ini akan mendukung strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dengan adanya video company profile yang menarik, informatif, dan profesional, diharapkan CV. Mediatama Web Indonesia mampu memperkuat citra perusahaan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan jumlah konsumen. Hasil dari penelitian ini bukan hanya bermanfaat secara praktis bagi perusahaan, tetapi juga dapat menjadi kontribusi teoritis dalam bidang komunikasi visual dan media promosi, khususnya sebagai referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Belum adanya video company profile yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan perusahaan kepada khalayak.
2. Minimnya pemahaman masyarakat mengenai layanan dan produk yang ditawarkan oleh CV. Mediatama Web Indonesia.
3. Perlunya strategi pemasaran yang lebih efektif guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra perusahaan.

#### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas agar asil penelitian tidak melenceng atau keluar dari konteks masalah yang akan di bahas, maka perancang perlu membatasi masalh penelitin yaitu dengan:

1. merancang video company profile guna untuk menjangkau pasar yang lebih luas
2. merancang video company profile yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan Perusahaan mediatama web.
3. merancang video company profile guna untuk meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan citra perusahaan

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana merancang video company profile yang menarik dan informatif untuk CV. Mediatama Web Indonesia?
2. Bagaimana video company profile dapat menjadi media promosi yang efektif bagi CV. Mediatama Web Indonesia?
3. Bagaimana penggunaan media digital dapat membantu meningkatkan jangkauan informasi perusahaan kepada target audiens?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah merancang video Campeny Profile CV. Mediatama Web Indonesia sebagai upaya meningkatkan jumlah Konsumen dan Memperluas jangkauan pasar CV. Mediatama Web Indonesia melalui media promosi yang modern, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian dari pendahuluan hingga tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat-manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti atau mahasiswa dalam merancang sebuah video promosi, serta dapat menambah pengetahuan mengenai perancangan video promosi.
2. Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan mampu untuk menunjang peningkatan konsumen CV. Meditama Web Indonesia.