



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Company profile* sangat dibutuhkan untuk sarana promosi dan pembangunan citra sebuah perusahaan. Sarana promosi dan pembangunan citra sebuah perusahaan ini dapat berupa presentasi, media kertas atau juga video. Sebuah *company profile* yang dibuat dengan format video berfungsi sebagai bahan pengenalan, presentasi, maupun *display* untuk pameran. Dengan adanya video *company profile* ini, klien maupun masyarakat akan mendapatkan informasi secara umum tentang perusahaan tersebut (Wahana Komputer, 2008, hlm.8).

Video *company profile* yang dibuat singkat, padat, jelas, lengkap dan menarik akan membantu penontonnya menjadi tidak cepat bosan dan melihat video tersebut hingga akhir. Sampai pada saat ini, seringkali banyak orang yang kurang mengetahui tentang apa itu Desain Komunikasi Visual (DKV), karena itulah video *company profile* DKV UMN ini dibuat dalam rangka membantu bagian *marketing* UMN dalam memberikan informasi serta mempromosikan DKV UMN. Karena betujuan mengenalkan DKV UMN, maka informasi dalam video ini harus dapat tersampaikan dan dimengerti oleh penontonnya, yaitu remaja, dengan baik. Untuk mengetahui apakah video *company profile* DKV UMN ini efektif dalam menyampaikan informasi mengenai DKV UMN, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai respon penonton terhadap video *company profile* DKV UMN.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana respon penonton terhadap video *company profile* DKV UMN?

## **1.3. Batasan Masalah**

Penonton dibatasi pada *target audience* yaitu remaja yang berumur 15-18 tahun dan merupakan siswa SMA kelas 12.

## **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Untuk melihat respon penonton terhadap video *company profile* DKV UMN.

## **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat bagi penulis : untuk mengetahui apakah informasi video *company profile* DKV UMN dapat tersampaikan dengan baik.

Manfaat bagi orang lain : untuk mengetahui informasi mengenai DKV UMN.

