

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sekolah Tinggi Vokasi Politeknik merupakan sebuah Perguruan Tinggi yang dimana sistem pembelajaran yang dipakai lebih mengedepankan praktikum jika dibandingkan dengan teori. Salah satu tantangan yang dimiliki oleh Sekolah Tinggi Vokasi adalah munculnya rasa kekhawatiran mengenai gelar dan aktivitas yang ada di dalam perkuliahan, dan hal inilah yang dirasakan oleh Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) yang merupakan sebuah Sekolah Tinggi Vokasi Politeknik yang baru berdiri tahun 2021, dimana mereka masih membutuhkan upaya membangun *brand awareness* dalam pemasaran yang dilakukan oleh MNP.

Jurusan yang dimiliki MNP masih terkesan awam bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, sehingga MNP memerlukan upaya dalam membangun *Brand Awareness* dalam memperkenalkan produk yang mereka jual yakni prodi yang terdapat di MNP dengan melalui upaya pemasaran. *Brand awareness* adalah sebuah kekuatan yang harus dimiliki oleh sebuah merek perusahaan untuk dikenal oleh masyarakat, semakin tinggi *awareness* yang dimiliki suatu merek, maka semakin tinggi juga masyarakat umum mengenai suatu merek, dan tujuannya adalah untuk memberikan dampak yang sangat positif bagi perusahaan untuk mendapatkan tanggapan yang positif bagi perusahaan merek tersebut (Satria & Hasmawaty, 2021).

Corporate Profile merupakan salah satu dari sekian banyak cara untuk memasarkan sesuatu dengan memberikan berbagai informasi yang diberikan kepada khalayak. Sebelum memulai tahapan perencanaan, melaksanakan aktivitas riset dalam rangka memenuhi kebutuhan akan permasalahan yang dialami oleh MNP, yang dimana sebenarnya sudah memiliki *video company profile* secara formal, yang dimana hanya berfokus terhadap pengenalan dari MNP itu sendiri dengan banyak menampilkan *footage* yang berkaitan dengan Universitas Multimedia Nusantara (UMN), dan Kompas Gramedia.

Dengan adanya hasil temuan tersebut, dan ditambah dengan adanya kebutuhan MNP untuk memperkenalkan program studi yang ada di Kampus, sekaligus membangun brand awareness, sangat memerlukan pembuatan video *corporate profile* dengan segmentasi target audiens MNP, yaitu siswa-siswi sekolah menengah atas, dengan attention yang berfokus kepada aktivitas perkuliahan di MNP. *Video Corporate Profile* merupakan sebuah teknik multimedia yang dimana menyediakan teks dengan menyediakan gambar dan audio (Audio-visual) dengan menyampaikan informasi agar pesan tersebut dapat diketahui oleh masyarakat (Handayani Putri, et al, 2018).

Dengan adanya perkembangan digitalisasi yang ada pada saat ini, yang dimana promosi tentu saja sangat harus dilakukan untuk menarik minat dari khalayak, dan didukung dengan adanya tantangan yang dimiliki oleh MNP, bahwa perusahaan harus segera bergerak dalam membangun *brand awareness* yang harus dimiliki oleh perusahaan, karena terlebih lagi Kampus tersebut masih terhitung baru jika dilihat dari tahun berdirinya, yaitu tahun 2021. Upaya membangun *brand awareness* yang harus dilakukan oleh MNP yaitu dengan membuat *video corporate profile* yang menarik dengan menyesuaikan target pasar dari MNP yaitu siswa/siswi sekolah agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 1.1 Contoh Video Profile

Sumber : Youtube Universitas Multimedia Nusantara, 2021

Video audio visual menjadi salah satu alasan untuk menyampaikan pesan sebagai media promosi yaitu karena video audio visual lebih mudah dimengerti oleh audiens daripada membaca teks, yang dimana dalam video terdapat audio visual yang secara langsung menggambarkan isi pesan yang ingin disampaikan daripada harus membaca teks. Dalam video *corporate profile* yang dimana berisikan konten produk yang ditawarkan MNP berisikan prodi *event management, digital animations, & e-commerce logistics*, yang dimana video tersebut diharapkan dapat memiliki daya tarik terhadap calon audiens dari MNP itu sendiri.

Tidak hanya menjadi sebuah video *Corporate profile* saja, tetapi karya ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi konten selanjutnya mengenai MNP dalam rangka membangun *brand awareness* serta mendapat jangkauan lebih luas lagi untuk menarik calon mahasiswa untuk berkuliah di MNP. Jika dilihat dari kebutuhan perusahaan mengenai video *corporate profile* ini bahwa belum ada konsep mengenai *one take* dari perusahaan yang sudah dibuat sebelumnya, yakni dengan konsep *talent* berbicara dengan lebih santai yang dimana hal ini disesuaikan dengan target audiens anak sekolah, dan menunjukkan kegiatan belajar yang menyenangkan, serta tampilan *one take* yang membuat visual menjadi lebih *cinematic*.

Dengan adanya permasalahan mengenai upaya untuk membangun *brand awareness* dari MNP itu sendiri, bahwa dengan adanya Video *corporate profile* yang akan dirancang, dapat membantu MNP untuk membantu membangun brand awareness bagi perusahaan. MNP harus membantu menyebarluaskan informasi dalam bentuk Video *Corporate Profile* kepada khalayak lebih luas lagi, baik dalam media sosial yang dimilikinya, dan secara luring.

Sama seperti halnya yang dilakukan divisi Marketing dalam melakukan presentasi kunjungan ke Sekolah, yang tentu saja dapat sangat berguna dalam membantu tim *marketing* saja selain melakukan promosi melalui media sosial MNP itu sendiri. Karya tugas akhir yang akan dibuat adalah dalam bentuk video *corporate profile* audio visual yang akan dibungkus dengan menarik dengan informasi mengenai prodi yang ada di MNP, dengan judul **Perancangan Video Corporate Profile “Path To Pro” Multimedia Nusantara Polytechnic.**

1.2 Tujuan Karya

Perancangan dan pembuatan *video corporate profile* yang menarik sebagai alat promosi bagi MNP memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengkomunikasikan mengenai informasi dari prodi yang ada di MNP
2. Membangun *brand awareness* Multimedia Nusantara Polytechnic sebagai sebuah Kampus Vokasi yang belum lama berdiri.
3. Memperluas jangkauan dari khalayak MNP untuk lebih banyak menarik calon mahasiswa untuk berkuliah di MNP.

1.3 Kegunaan Karya

Pembuatan karya *corporate profile* berikut ini dapat memberikan manfaat secara teori dan praktik dengan kegunaan sebagai berikut:

1. Teoritis

Pembuatan karya *video corporate profile* ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan dan pelaksanaan dari Ilmu Komunikasi sendiri, yang di dalamnya dapat memahami mengenai konsep video sebagai media promosi yang menarik dan efektif jika dibandingkan teks dalam rangka mempromosikan sesuatu.

2. Praktis

Karya ini dapat menjadi materi dan bahan promosi bagi MNP untuk kedepannya dalam rangka membangun *brand awareness* bagi MNP. Selain menjadi materi bahan promosi, karya ini diharapkan menjadi aset yang berharga bagi MNP untuk kedepannya dalam menjadi acuan dalam membentuk strategi promosi yang menarik dalam bentuk video audio visual.