

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video promosi adalah sebuah media informasi dan komunikasi secara visual (Sunarya et al., 2021). Video promosi berisi tentang sebuah informasi yang berkaitan dengan hal yang ingin di komersilkan, yang ditujukan kepada audiens atau konsumen (Sunarya et al., 2021). Video promosi ini berfungsi untuk membuat sebuah media yang dapat menarik perhatian dari calon konsumen dan audiens yang ada di sosial media (Sunarya et al., 2021). Video promosi juga dapat digunakan untuk memberikan sebuah informasi akan suatu pembaharuan akan sesuatu, sehingga audiens menjadi lebih *update* akan suatu informasi (Sunarya et al., 2021). Dan video promosi ini dapat dibagikan di berbagai tempat, sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang.

Dengan menggunakan video promosi, yang dapat meningkatkan nama perusahaan. Proses pembuatan video promosi bisa panjang dan bisa juga singkat, tergantung bentuk dari video promosi tersebut. Video promosi yang berdurasi 15 – 30 detik, dan ada juga yang berdurasi 1 – 2 menit. Video promosi juga bisa terlihat sangat sederhana, tetapi bisa juga terlihat sangat komersial, dan itu juga mempengaruhi audiens apakah akan tertarik untuk melihatnya. Oleh sebab itu perusahaan memerlukan sebuah tim yang bisa mengatur hal itu. Mungkin bisa dimulai dengan seorang videografer dan editor. Untuk membuat video-video promosi dan video untuk menjadi konten di sosial media perusahaan.

Videografer adalah orang yang bertugas di balik kamera. Videografer juga dapat bertugas untuk memikirkan konsep, dan kreatifitas yang dapat membuat video promosi tersebut menjadi lebih menarik untuk ditonton. Kemudian pekerjaan videografer dibantu oleh seorang editor. Editor bertugas untuk mengedit hasil video yang sudah dibuat oleh videografer. Cara mengerjakannya bisa dengan diawali dengan menyatukan video-video yang ingin digunakan, kemudian diberikan *visual effect* dan *sound effect* agar dapat membuat audiens tetap tertarik hingga akhir

video. Dengan kerja sama dari videografer dan editor, bisa terciptanya sebuah video promosi yang dapat meningkatkan nama perusahaan.

Dengan membuat sebuah video promosi untuk sebuah perusahaan, hal ini membuat penulis menjadi tertarik untuk belajar lebih dalam lagi. Bagaimana sudut pandang seorang videografer untuk membuat video promosi yang dapat meningkatkan nama perusahaan. Dibalik itu, penulis juga sudah banyak berpengalaman akan menjadi seorang videografer, tetapi di bidang film. Hal ini yang menjadi tantangan untuk penulis, untuk melakukan banyak riset, video promosi seperti apa yang dapat menarik audiens. Dan dengan ini juga, penulis bisa belajar lebih dalam lagi akan proses editing suatu video. Penulis menjadi bisa bereksperimen akan alat-alat yang ada di media editing video, dan belajar apa kegunaannya.

Menurut (Ismayani, 2018), video promosi adalah salah satu bentuk sebuah informasi yang dapat meningkatkan daya tarik akan target pasar yang dituju. Dengan media video promosi ini, penulis menjadi tertarik untuk mencoba untuk membuat sebuah video promosi yang dapat meningkatkan perhatian konsumen akan alat-alat yang dijual oleh Miki Group Indonesia. Dengan tujuan dasaran ini, penulis melamarkan diri untuk melakukan magang di Miki Group Indonesia. Untuk membuat sebuah video promosi untuk sosial media Miki Group Indonesia, yang dapat meningkatkan penjualan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan magang di Miki Group Indonesia sebagai salah satu persyaratan dan ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan gelar S1. Penulis juga berharap dengan melakukan magang ini, penulis bisa menambah ilmu dan pengalaman tentang cara bekerja dibawah perusahaan, serta membuat sebuah video produk untuk perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada tanggal 20 Juni 2024, penulis memulai magangnya di perusahaan Miki Group Indonesia secara luring. Toko serta kantor Miki Group Indonesia berada di Ruko Diamond, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong No.83, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Setiap hari senin hingga sabtu, penulis diharuskan untuk datang ke kantor dari jam 08.00 WIB hingga 18.00 WIB.

