

## 1. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN

Di era digital ini, semua layanan jasa menggunakan *platform* digital untuk mempromosikan produk yang mereka sediakan. Menurut Simon Kingsnorth (2016), *Digital Marketing* merupakan sebuah proses untuk mempromosikan produk ataupun layanan menggunakan berbagai macam *platform* digital seperti sosial media, website dan berbagai jenis *platform* digital lainnya untuk mencari audiens yang terjangkau dan terukur. *Content Creation* adalah sebuah proses yang merencanakan, memproduksi dan mendistribusikan konten yang mempunyai nilai dan relevansi dengan *brand* tersebut untuk menarik perhatian dan mempertahankan audiens yang terukur (Joe Pulizzi, 2018).

Di dalam perusahaan BeautyBell, penulis berperan sebagai *content creator* yang bertugas untuk memproduksi konten dan juga melakukan *video editing* kepada semua konten kreatif yang diciptakan dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens mengenai aplikasi BeautyBell tersebut. *Video Editing* merupakan sebuah tahap produksi media yang memiliki tujuan untuk mengatur ritme, *continuity*, dan juga hubungan antar visual dan audio agar komunikasi visual dapat disampaikan dengan jelas kepada audiens (Herbet Zettl, 2019).

Relevansi teori dengan tugas penulis sebagai *content creator* adalah untuk mengetahui cara memproduksi konten kreatif dan *video editing* yang sesuai dengan era digital yang sedang berjalan sekarang. Teori *Digital Marketing* yang dinyatakan oleh Simon Kingsnorth merupakan sebuah proses yang harus direncanakan oleh seorang *content creator* untuk membuat konten kreatif yang sesuai dengan tren yang sedang viral sekarang. Menurut Ann Handley (2020), *content creator* merupakan sebuah individu yang membuat *creative content* yang bernilai, unik, dan menarik secara konsisten untuk membangun sebuah hubungan dan juga kepercayaan antara *brand* dan juga audiens.

*Content Creator* bertugas untuk mencari target audiens yang spesifik untuk *brand* tersebut dengan menggunakan teknik *editing* yang unik dan menarik untuk target audiens tersebut. Target audiens adalah sekelompok konsumen yang spesifik dipilih oleh sebuah perusahaan berdasarkan apa yang dibutuhkan,

karakteristik konsumen tersebut dan juga perilaku tertentu yang menjadi sebuah sasaran utama pemasaran *brand* (Kotler et al., 2017). Dengan adanya teknik yang digunakan oleh seorang *content creator*, maka dibutuhkan strategi yang kemudian akan digunakan untuk perancangan *creative content* tersebut.

## 1.1 RUMUSAN DAN FOKUS MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara merancang video konten tutorial dengan menyajikan informasi mengenai aplikasi BeautyBell untuk mendukung *branding* perusahaan BeautyBell?

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah perancangan video konten tutorial yang menjelaskan fitur dan cara penggunaan aplikasi BeautyBell yang mendukung *branding* perusahaan BeautyBell. Dalam penelitian ini, penulis akan membahas video konten kreatif mengenai video tutorial cara menggunakan aplikasi BeautyBell.

## 1.2 TUJUAN PENCIPTAAN

Tujuan penciptaan ini adalah untuk menjelaskan proses perancangan video konten tutorial cara menggunakan aplikasi BeautyBell sebagai sarana media komunikasi visual yang informatif bagi penonton untuk mendukung *branding* perusahaan BeautyBell. Manfaat dari penciptaan ini adalah untuk menjadi referensi atau sumber informasi untuk peneliti lain yang ingin mempelajari mengenai perancangan video konten yang dapat mendukung strategi *branding*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA