

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam era moderen dalam hal teknologi digital pada masa sekarang, perusahaan tentunya dituntut untuk memiliki media informasi yang informatif dan menarik. Video informatif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan ketertarikan masyarakat terhadap layanan yang diberikan oleh sebuah institusi (Fitriyah et al., 2023). Tidak jarang juga video yang informatif dikombinasikan dengan animasi agar terlihat lebih menarik. Kombinasi antara video *Live Shoot* dengan animasi membuat video semakin variatif dan mempunyai daya tarik lebih dibandingkan video *Live Shoot* biasa (Yuliati, 2020). Hal ini juga berkaitan dengan kebutuhan Solo Technopark untuk memperkenalkan berbagai layanan yang mereka sediakan kepada masyarakat umum.

Solo Technopark (STP) adalah sebuah kawasan yang dikelola oleh pemerintah Kota Surakarta. STP mengkolaborasikan elemen pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), kebutuhan industri maupun bisnis dari segi pasar, serta penguatan daya saing daerah. Selain itu, STP berfungsi sebagai pusat vokasi dan inovasi teknologi, serta pusat riset teknologi dan riset terapan yang berlokasi di Kota Surakarta. Terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara No.19, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126, Solo Technopark memiliki banyak hal yang ada didalamnya yaitu dalam segi fasilitas memiliki *Co-Working Space*, *Free Wifi*, tempat edukasi sains/iptek dan tempat-tempat untuk komunitas *gamers* seperti Garena dan *Game Working Space* yang terletak di gedung *Tride Centre*. Solo

Technopark juga memiliki layanan dasar yang ada, yaitu layanan teknis, layanan pengembangan teknologi, layanan inkubasi, dan layanan pendukung yang termasuk dalam tiga sektor kerja yaitu *Cluster Manufactur*, *Technoprenurship*, dan Industri Kreatif. Solo Technopark ada untuk membangun sumberdaya manusia area Kota Solo Raya maupun area seluruh Indonesia, sesuai visi dan misi dari Solo Technopark yaitu menjadi pusat pengembangan sumberdaya manusia yang mampu menjadi penggerak ekonomi melalui kegiatan inovatif dan melaksanakan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui program kopetensi sumber daya manusia serta penguasaan IPTEK.

*Company profile* adalah dokumen atau media yang memberikan gambaran umum tentang suatu perusahaan, termasuk sejarah, visi dan misi, produk atau layanan yang ditawarkan, serta pencapaian dan nilai-nilai perusahaan. *Company profile* berfungsi sebagai alat komunikasi untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon klien, investor, dan mitra bisnis (Ningsih et al., 2021). Maka dari itu peneliti mengangkat penelitian ini pada Solo Technopark untuk membuat video *company profile* yang akan menjadi media informasi yang akan ditujukan kepada *audience* masyarakat umum.

Pada pembuatan video *company profile* tentu saja melibatkan suatu teknik pembuatan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik yang berbeda, yaitu salahsatunya adalah teknik *live shoot*. Teknik *live shoot* adalah metode perekaman video di mana semua adegan direkam secara langsung tanpa menggunakan teknik animasi atau manipulasi digital (Huber, 2020). Bahwa teknik ini sangat efektif untuk menampilkan situasi sebenarnya dan meningkatkan

kredibilitas video yang dihasilkan, teknik ini sering digunakan dalam produksi acara televisi, film dokumenter, dan video perusahaan. Peneliti akan menampilkan gambar nyata dari keadaan Solo Technopark agar penonton dapat mendapatkan gambaran secara nyata tidak ada manipulasi digital.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan gabungan antara *live shoot* dan animasi 2D. Dipilihnya teknik animasi 2D, karena dapat menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan menarik, yang membuatnya menjadi salah satu teknik yang dipilih untuk pembuatan video profil perusahaan. Animasi dua dimensi sangat efektif untuk menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan daya ingat terhadap materi yang disampaikan (Ambri & Rahmi, 2021). Dengan memadukan kedua teknik, animasi 2D dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk menyampaikan informasi kepada penonton dengan lebih menarik karena adanya visual yang berisi gambar animasi.

Berdasarkan wawancara peneliti pada tanggal 12 Juni 2024, bersama Kepala Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Solo Technopark yaitu Bapak Susilo Budi Harianto sebagai narasumber, beliau mengungkapkan bahwa, belum maksimalnya media informasi yang informatif berbentuk video, berfungsi untuk media informasi yang disebar melalui *social media*, terutama berkaitan dengan layanan Solo Technopark yang terdiri dari empat layanan dasar yaitu layanan teknis, layanan pengembangan teknologi, layanan inkubasi dan layanan pendukung, serta sektor kerja yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu manufaktur, *technoprenurship* dan industri kreatif. Berdasarkan data yang tertera, menunjukkan pada jumlah peserta pelatihan pada layanan inkubasi bisnis yang dilaksanakan oleh

Solotechno Incubator mencatat bahwa tahun 2023 jumlah peserta pelatihan inkubasi bisnis terdapat hanya total 150 orang dari target sebanyak 200 orang jadi kuota yang belum terpenuhi sebanyak 25%, dan pada tahun 2024 tercatat dari bulan januari hingga september terdapat hanya 50 orang dengan target peserta 200 orang jadi kuota yang belum terpenuhi sebanyak 75%. Pada layanan pengembangan teknologi sebenarnya sudah terpenuhi target pesertanya, namun pada layanan lain seperti layanan teknis mencatat bahwa pada diklat manufaktur ragular pada tahun 2024 ini dari periode bulan Feburari-Agustus terdapat hanya total 28 orang yang mengikuti pelatihan dari kuota 100 peserta secara regular, jadi sebanyak 72% kuota peserta belum terpenuhi. Pada data diatas menunjukkan bahwa ada beberapa pelatihan dari layanan pada di Solo Technopark yang belum memenuhi target kuota peserta, hal ini disebabkan dari penyebaran informasi oleh Solo Technopark belum maksimal terutama melalui video yang terkait empat layanan dasar dan sektor kerja yang berisi diklat/pelatihan.

Bapak Susilo juga menyampaikan bahwa Solo Technopark pada dasarnya memiliki permasalahan dalam penyebaran informasi pada media konten video, yaitu salahsatunya adalah kekurangan sumber daya manusia yang berpengalaman (Tenaga Ahli) dalam pembuatan video profesional. Kekurangan ahli di bidang ini, banyak lembaga di Indonesia menghadapi masalah serupa dalam mengembangkan konten multimedia berkualitas (Arraniri et al., 2021). Teknik *live shoot* dan animasi 2D memerlukan keahlian khusus yang belum dimiliki oleh sebagian perusahaan pada bidang multimedia di Indonesia. Tenaga ahli diperlukan dalam industri, tidak terkecuali dalam pembuatan video dan animasi untuk mengoperasikan peralatan

canggih dan menggunakan *software* khusus, yang membutuhkan keterampilan teknis tinggi. Kekurangan Sumberdaya tenaga ahli seringkali menjadi penghalang dalam pembuatan konten multimedia berkualitas tinggi. Ketersediaan tenaga ahli yang kompeten adalah kunci untuk menciptakan produk yang inovatif dan menarik, serta mampu bersaing di pasar global (Puranti et al., 2020).

Penggunaan media video untuk informasi perusahaan menekankan pentingnya konten yang berkualitas dan teknik penyajian inovatif dan informatif agar pesan dapat disampaikan dengan efektif (Jasmine & Redito,2020). Beberapa keunggulan penggunaan media informasi video dalam pengembangan perusahaan termasuk kemampuan untuk menyampaikan pesan secara visual dan audio, yang dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan. Ini sejalan dengan tujuan Solo Technopark untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi melalui media digital yang inovatif dan informatif.

Dari penjelasan latarbelakang masalah diatas, penulis membuat penelitian yang berjudul "**Pembuatan Video *Company profile* Sebagai Media Informasi Layanan Pada Solo Technopark dengan Teknik *Live Shoot* dan Animasi 2D**", untuk memberikan variasi alternatif pada media informasi yang dimiliki Solo Technopark dalam bentuk video, dengan cara mengetahui bagaimana cara membuat video *company profile* ini dan mengetahui berapa rating kelayakan video *company profile* yang telah dibuat.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latarbelakang yang peneliti jelaskan di atas, peneliti dapat merumuskan suatu permasalahan yaitu:

- a. Bagaimana cara membuat video *company profile* sebagai media informasi Solo Technopark?
- b. Bagaimana tingkat kelayakan video *company profile* ini sebagai media informasi layanan dan sektor kerja pada Solo Technopark?

## 1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini tentunya memiliki batasan masalah, berikut merupakan uraian batasan masalah yang peneliti miliki pada penelitian ini, yaitu:

- a. Video *company profile* ini mengkombinasikan unsur video *Live Shoot* dan animasi 2 Dimensi (*Frame by frame* dan *Motion Graphic*).
- b. Video *company profile* ini memuat Informasi Tentang Layanan Solo Technopark yang terdiri dari empat layanan dasar yaitu Layanan teknis, layanan pengembangan teknologi (ICT), layanan inkubasi, dan layanan pendukung, serta mencakup pembahasan 3 sektor kerja yaitu Manufaktur, *Technopreneurship*, dan Industri Kreatif.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti memiliki tujuan, yaitu:

- a. Mengetahui cara pembuatan dan tahapan produksi video *company profile* sebagai media informasi Solo Technopark.
- b. Mengetahui kelayakan dari video *company profile* sebagai media informasi pada Solo Technopark.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan tentunya memiliki tujuan, yaitu diantaranya:

- a. Hasil Penelitian ini dapat digunakan untuk dijadikan bahan marketing dan *branding* untuk perusahaan Solo Technopark.
- b. Diharapkan penelitian yang akan dilakukan bisa sebagai contoh untuk penelitian selanjutnya.
- c. Menjadi representasi kerjasama antara Mahasiswa STMIK AMIKOM Surakarta dengan UPT Solo Technopark.