

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Teknologi yang berkembang di era saat ini telah mengubah cara kita dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi tentang berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Era digital yang kita alami saat ini telah menciptakan banyak peluang baru bagi lembaga pendidikan untuk menilai pertumbuhan siswa menggunakan media online seperti platform media sosial seperti Tiktok, Youtube, Instagram, dan Twitter.

Berdasarkan relevansi yang terlihat dari fakta-fakta yang terjadi di masyarakat milenial saat ini menggunakan media sosial sebagai sumber informasi (Indrayani et al., 2019), Sebagai bagian dari sektor pendidikan, Fakultas Psikologi dan Ilmu Kesehatan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya harus memahami pentingnya beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang pesat untuk mengatasi berbagai masalah mendesak, yang terpenting adalah kebutuhan akan pemasaran.

Mereka menyoroti pentingnya perencanaan strategis dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan pemasaran dan memprediksi tren masa depan di bidang ini. media sosial akan terus menjadi saluran pemasaran dan komunikasi yang penting bagi bisnis, organisasi, dan institusi. Meskipun terdapat pemahaman yang luas di kalangan pemasar mengenai perlunya melibatkan pelanggan di platform media sosial, hanya sedikit perusahaan yang mampu menyusun strategi penampilan dan keterlibatan mereka di media sosial dengan tepat.

Dalam beberapa tahun terakhir, kita telah menyaksikan peningkatan berbagai jenis video diunggah di media sosial. Kecepatan internet broadband yang lebih baik dan penggunaan perangkat seluler yang meningkat juga telah mendorong peningkatan konsumsi video. Menurut Pew Research, berbagai video dalam berbagai situs online menunjukkan peningkatan yang konstan, di mana sekitar 33% orang dewasa di AS telah mengunggah video ke situs online (Khan, 2017). Berdasarkan penelitian yang ada, media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang ideal untuk melakukan hal tersebut mengintegrasikan sumber daya dan informasi antara perusahaan dan pelanggan, yang menghasilkan penciptaan nilai bersama (Ramaswamy & Ozcan, 2018).

Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, institusi pendidikan harus mampu menonjolkan keunggulan mereka dan membangun citra yang kuat. Salah satu alat yang efektif dalam memperkenalkan diri secara online adalah dengan menggunakan company profile. Video profil menggunakan aliran informasi apa pun yang dapat dilihat secara visual untuk memperoleh rangkaian gambar (Voglewede & Zampieron, 2009).

Video company profile dapat menjadi wadah yang tepat bagi Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk mengkomunikasikan identitas mereka kepada berbagai pihak, seperti calon mahasiswa, orang tua, dan masyarakat umum sehingga memberikan mereka informasi dalam memilih universitas. Dalam company profile ini, fakultas dapat menampilkan informasi yang komprehensif mengenai visi, misi, fasilitas, lokasi dan keunggulan lainnya, nilai nilai yang ingin ditonjolkan oleh universitas tersebut serta memperkenalkan program studi yang ditawarkan.

Dalam era informasi yang melimpah, penting bagi Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk memastikan bahwa mereka menyediakan informasi online, dengan adanya video company profile yang mudah diakses, fakultas dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya dan menarik minat calon mahasiswa dari berbagai wilayah. Melalui company profile, Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dapat membangun citra yang positif dan menarik bagi calon mahasiswa serta meningkatkan kepercayaan fakultas di mata calon mahasiswa dan masyarakat umum.

Perspektif media sosial dapat membantu kita mengkategorikan literatur yang ada mengenai pemasaran media sosial ke dalam lima aliran penelitian yaitu: (a) media sosial sebagai outlet promosi dan penjualan; (b) media sosial sebagai saluran komunikasi dan branding; (c) media sosial sebagai sumber pemantauan dan intelijen; (d) media sosial sebagai platform manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan penciptaan nilai; dan (e) media sosial sebagai alat pemasaran yang umum dan juga strategis (Ramaswamy & Ozcan, 2018).

Institusi pendidikan khususnya universitas sudah seharusnya menyadari pentingnya mempunyai video profil yang informatif dan menarik untuk meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan daya tarik di mata calon mahasiswa (Darmawan et al., 2024), Perkembangan teknologi khususnya multimedia sangat pesat oleh karena itu peneliti lebih mengembangkan produk secara optimal dan maksimal baik dari editing hingga tata cara dalam pengambilan gambar (Kausar et al., 2015).

Media audiovisual merujuk pada media yang menekankan pentingnya pengamatan dan pemahaman, dan berdasarkan hal ini, konten video

dimaksudkan untuk mengubah sebuah ide atau cerita menjadi presentasi visual yang mencakup gambar dan teks (Aini et al., 2020). Video profil yang dirancang dengan baik akan membantu dalam mempromosikan Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

I.2 Perumusan Masalah

Dalam konteks perancangan company profile untuk Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, perumusan masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang company profile yang representatif dan sesuai dengan identitas Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya?
2. Bagaimana menyajikan informasi yang relevan dan menarik bagi calon mahasiswa, orang tua, dan masyarakat umum melalui company profile?

I.3 Tujuan Company Profile

Rancangan ini kami buat bertujuan untuk merancang company profile yang efektif untuk Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Tujuan khusus yang ingin dicapai adalah:

1. Membuat company profile yang mampu menyajikan informasi yang akurat tentang Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Menyampaikan informasi yang relevan dan menarik kepada calon mahasiswa, orang tua, dan masyarakat umum melalui company profile.

3. Meningkatkan citra dan daya tarik Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya melalui representasi yang baik dalam company profile.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dihindari manusia guna memperoleh informasi melalui aksesibilitas perangkat seluler ataupun komputer. Salah satu dari cara yang paling efektif dalam penyampaian informasi dan menarik adalah melalui pembuatan video profil sebagai wadah untuk promosi (Rahayu, 2022), Rancangan Company Profile ini kami harap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan informasi yang akurat dan terpercaya kepada calon mahasiswa, orang tua, dan masyarakat umum mengenai Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Meningkatkan citra dan reputasi Fakultas Psikologi & Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya di tingkat regional maupun nasional.
3. Meningkatkan daya tarik fakultas dalam menarik calon mahasiswa berkualitas.
4. Memberikan informasi kepada calon mahasiswa tentang visi misi, fasilitas, prestasi, kinerja dosen.