

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Universitas Telkom, yang dikenal sebagai *Digital Public Relations* (DPR), telah memproduksi empat *video profile* sejak tahun 2020 sebagai bagian dari upaya promosi dan komunikasi institusional. *Video-video* ini diunggah pada berbagai *platform digital* seperti *YouTube* dan akun media sosial resmi universitas maupun fakultas. Namun, berdasarkan wawancara dengan staf *Public Relations* Universitas Telkom, diketahui bahwa hingga saat ini belum terdapat standarisasi dalam proses produksi *video profile* antar program studi. Akibatnya, setiap *video profile* menampilkan pendekatan yang berbeda-beda, baik dari sisi visual, narasi, hingga pesan yang disampaikan. Pada tahun 2020 Program Studi S1 Hubungan Masyarakat sudah menggunakan media digital yaitu *video profile*. Secara teori menurut Haryoko (2012), *video profile* merupakan media yang sangat efektif untuk mempromosikan daerah, produk, atau perusahaan tertentu. *video profile* juga dianggap sebagai solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama dalam bidang promosi.

Video profile Program Studi bertujuan tidak hanya untuk memperkenalkan fasilitas, dosen, dan aktivitas akademik, tetapi juga untuk merepresentasikan identitas, nilai, serta keunggulan Program Studi kepada calon mahasiswa dan publik secara luas. Seiring dengan perkembangan sebuah *media digital*, representasi visual dalam *video* menjadi aspek penting yang perlu dianalisis secara kritis, terutama dalam konteks bagaimana sebuah institusi ingin dipandang dan dipahami dengan publik. *video profile* memiliki fungsi yang strategis sebagai sarana untuk menyampaikan sebuah informasi, membentuk citra institusi, serta membangun daya tarik institusi. Pada konteks komunikasi visual, *video* dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih kompleks dan efektif dibandingkan teks yang semata (Kress & Leeuwen, 2006).

Perbedaan visual serta gaya narasi dari masing-masing *video profile* dapat dilihat dari beberapa cuplikan profile pada tahun 2020, identitas program studi yang disampaikan secara formal melalui narasi langsung dari mahasiswi dan visual bangunan dan fasilitas kampus.



Gambar 1.1 Cuplikan video profil tahun 2020

Sumber: (YouTube Telkom University)

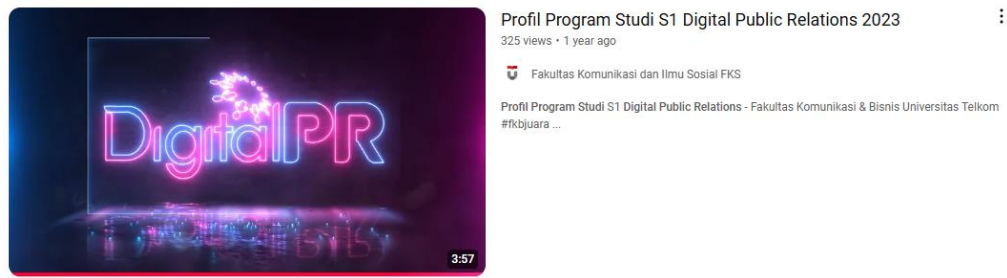
Sementara itu, video tahun 2021 menggunakan tone warna yang lebih gelap dan terdapat efek neon serta menggunakan elemen visual yang terkesan *modern*.



Gambar 1.2 Cuplikan video profil tahun 2021

Sumber: (DigitalPR, 2025)

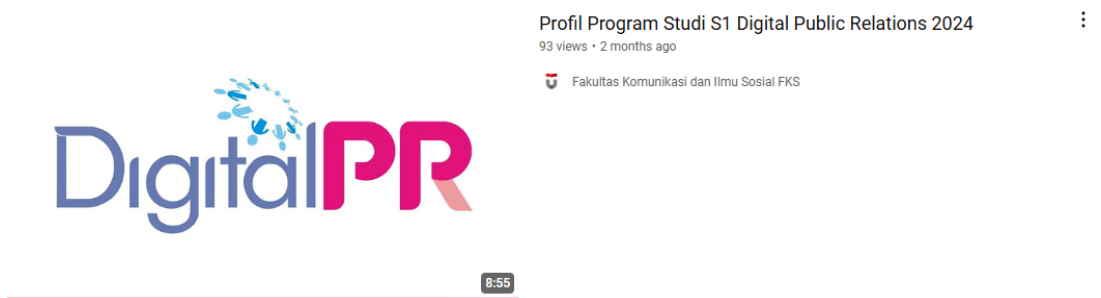
Sementara itu, video yang diproduksi pada tahun 2023 menunjukkan adanya perubahan pada opening video profile yang menggunakan tone warna yang lebih terang dan adanya konsistensi dalam penggunaan warna dari setiap adegan yang ada. Adegan yang ada di dalam setia video meunjukkan bahwa Program Studi S1 Hubungan Masyarakat yang berbasis digital.



Gambar 1.3 Cuplikan video profil tahun 2023

Sumber: (YouTube Digital Public Relations Telkom University)

Evolusi desain visual kembali teridentifikasi pada produksi video tahun 2024. Logo disajikan dengan pendekatan desain minimalis yang mengedepankan kesederhanaan, dengan memanfaatkan latar belakang putih dan palet warna yang lebih redam. Pilihan estetika ini mengkomunikasikan citra profesionalisme dan keanggunan yang lebih matang. Transisi dari gaya neon yang dinamis pada tahun sebelumnya menuju pendekatan minimalis ini mengindikasikan adanya reorientasi dalam filosofi desain perusahaan. Pergeseran tersebut tidak hanya mencerminkan adaptasi terhadap tren desain kontemporer yang mengutamakan clean design, tetapi juga menunjukkan transformasi dalam strategi komunikasi visual dan positioning brand yang ingin diproyeksikan kepada target audiens.ile Program Studi



Gambar 1.4 Cuplikan video profil tahun 2024

Sumber: (YouTube Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial)

Kehadiran gaya visual yang sangat berbeda antara satu video dengan video lainnya menunjukkan tidak hanya variasi artistik, tetapi juga potensi perbedaan dalam representasi makna identitas program studi. Variasi ini menjadi titik awal penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana representasi dibentuk melalui media visual dan

bagaimana makna simbolik dikonstruksi serta dipahami oleh audiens. Kehadiran video profile memiliki potensi yang cukup besar untuk menyampaikan bukan hanya informasi seperti ruang kelas, fasilitas ataupun daftar dosen. Dengan adanya visual, simbol, musik serta pemilihan estetika lainnya, *video profile* dapat membangun sebuah citra dari institusi untuk menyampaikan nilai dan mempengaruhi persepsi audiens.

Mengacu pada kebutuhan program studi dalam membuat sebuah *video profile* yang bertujuan untuk memperkenalkan program studi kepada khalayak, upaya ini dirancang untuk menyampaikan pesan tertentu secara efektif kepada audiens. Penulis melakukan wawancara pada tanggal 26 November 2024 bersama Mas Adrian Wiranata, kepala urusan humas Universitas Telkom. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Public Relations* Universitas Telkom memiliki standar khusus dalam proses pembuatan *video profile* dan bagaimana koordinasi yang dilakukan oleh pihak *Public Relations* dengan program studi dalam pembuatan *video profile* tersebut. Pada hasil wawancara tersebut, narasumber menyatakan bahwa humas Universitas Telkom tidak memiliki standarisasi dalam proses pembuatan *video profil*.

Maka dari itu, penulis menyimpulkan bahwa pada proses program studi memiliki sebuah *video profil* tidak adanya standarisasi yang ditentukan oleh humas Universitas Telkom. Faktor kunci untuk hal yang mendorong betapa pentingnya pada penggunaan *video* memungkinkan sebuah program studi untuk menyajikan sebuah informasi yang jelas, menarik, dan naratif, mengenai keunggulan sebuah program studi tersebut. Dalam hal ini sebuah *Video Profile* membuka peluang besar bagi sebuah instansi untuk mencapai *audiens* jauh, serta lebih luas dibandingkan menggunakan media tradisional. Saat ini *video* telah menjadi media yang sangat diminati dalam sosial media, dan penggunaan *video* merupakan hal yang efektif untuk menarik perhatian khalayak.

Dalam konteks pendidikan tinggi, khususnya pada era transformasi komunikasi digital, konsistensi transmisi pesan dan kohesi identitas institusional merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan. Effendy (2011) menegaskan bahwa komunikasi institusional memiliki peran strategis dalam pembentukan citra organisasi, pembentukan reputasi akademik, serta pengembangan trust relationship dengan stakeholder eksternal. Dalam konten pesan yang dikomunikasikan melalui visual

termasuk video profile institusional berpotensi mengakibatkan disorientasi persepsi publik, degradasi kredibilitas akademik, serta melemahnya daya kompetitif program studi dalam lanskap persaingan antarinstitusi pendidikan tinggi yang semakin ketat.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti menemukan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang cukup signifikan ketika membandingkan dua studi sebelumnya dengan fokus penelitian yang diangkat. Penelitian oleh Setyawan dan Khabibah (2022) berfokus pada pengembangan digital marketing melalui video company profile untuk meningkatkan minat beli konsumen, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode AIDA dan EPIC. Meskipun penelitian tersebut menyoroti efektivitas media video dalam konteks pemasaran, namun tidak mengkaji secara mendalam bagaimana elemen visual dan naratif berperan dalam membentuk representasi identitas suatu institusi. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Rahman Asri (2020) menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif untuk membaca makna dalam film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)”, khususnya pada pesan sosial dan kritik terhadap budaya patriarki. Walaupun menggunakan metode yang serupa, penelitian tersebut lebih berfokus pada film fiksi dan bukan pada media institusional seperti *Video Profile* pendidikan. Berdasarkan celah tersebut, peneliti melihat perlunya kajian yang mengeksplorasi bagaimana representasi institusional dikonstruksi melalui media audiovisual, khususnya *Video Profile* program studi di lingkungan perguruan tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan analisis isi kualitatif terhadap empat *Video Profile* Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Universitas Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami bagaimana unsur visual, narasi, serta simbol yang digunakan dalam video profil merepresentasikan identitas program studi. Dengan pendekatan ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi teoritis dalam kajian komunikasi visual, sekaligus kontribusi praktis terhadap pengembangan standar komunikasi institusional di *era digital*.

Dari perspektif akademis, terdapat acuan signifikan dalam proses penelitian yang mengkaji *Video Profile* institusi pendidikan melalui lensa analisis isi kualitatif. Mayoritas studi eksisting cenderung terfokus pada dimensi teknis-operasional seperti aspek produksi cinematografi atau elemen desain grafis (Mulyadi & Ratri, 2024), dengan mengabaikan dimensi substansial dari konten komunikatif. Sangat terbatas literatur yang mengeksplorasi secara kritis mekanisme bagaimana substansi dalam

Video Profile berkontribusi terhadap konstruksi representasi program studi, baik melalui dimensi naratif, arsitektur struktural, maupun artikulasi pesan visual yang terinternalisasi dalam produk media tersebut.

Metodologi analisis isi kualitatif memberikan landasan yang tepat untuk memahami isi komunikasi visual secara menyeluruh dan mendalam. Metode ini lebih menekankan pada pemahaman konteks, makna di balik pesan, serta pola-pola cerita atau narasi yang tersirat dalam konteks media. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggabali lebih jauh tentang bagaimana suatu pesan dibentuk, disampaikan dan dimaknai oleh khalayak. (Schreier, 2012). Dengan pendekatan ini, para peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana video profil program Sarjana Hubungan Masyarakat (Hubungan Masyarakat Digital) membentuk representasi identitas institusional melalui kombinasi elemen visual dan verbal yang saling mendukung. Studi ini menggunakan metode analisis konten kualitatif untuk menganalisis empat video profil secara mendalam. Analisis ini berfokus pada konten, struktur naratif, dan elemen visual yang membentuk pesan keseluruhan dalam video. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tema utama yang muncul dan memahami bagaimana pesan-pesan ini disusun dan dikomunikasikan kepada audiens melalui media audiovisual.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Universitas Telkom melalui empat *video profile* yang telah diprouksi. *video profile* tersebut berfungsi sebagai media publikasi dan sarana penyampaian informasi interaktif yang dikemas secara menarik. Keberadaan *video profile* diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif serta pengetahuan mengenai Program Studi S1 Hubungan Masyarakat dengan menyajikan konten berkualitas dalam format *video*. Sejak tahun 2020, Program Studi S1 Hubungan Masyarakat telah menggunakan *video profile* sebagai sarana komunikasi yang dapat diakses melalui platform media sosial *YouTube*. Dari keempat *video profile* yang telah dipublikasikan, penelitian bermaksud untuk mengidentifikasi sejauh mana dari setiap *video* menggambarkan Program Studi S1 Hubungan Masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkar judul “**Analisis Isi Empat Video Profil Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Telkom University**”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana identitas Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Telkom direpresentasikan dalam visual?
2. Bagaimana identitas Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Telkom direpresentasikan melalui verbal?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana identitas Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Telkom direpresentasikan dalam visual.
2. Untuk mengetahui identitas Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Telkom direpresentasikan melalui verbal.

1.4 Manfaat Penelitian

3.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi yang relevan serta mendalam bagi sebuah Universitas dalam program pembuatan penelitian. Sehingga, penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi studi, dalam penelitian ini akan memperkaya pengalaman belajar dan peningkatan kualitas visual pada *Video Profile* program studi S1 Hubungan Masyarakat. penelitian ini juga diharapkan sebagai landasan bagi inovasi serta pengembangan lebih lanjut pada ruang lingkup akademik.

3.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa hasil yang akan diperoleh dapat memberikan kontribusi yang relevan dalam upaya evaluasi dan pengembangan produksi konten visual untuk *Video Profile* Program Studi S1 Hubungan Masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur, melainkan menjadi sumber pengetahuan yang dapat memperkaya aspek visual dari *Video Profile* Program Studi S1 Hubungan Masyarakat.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Tabel 1. 1 Kerangka Waktu

No.	Tahapan Penelitian	2024												2025																							
		Oct				Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Menentukan Tema Penelitian dan Judul																																				
2	Proses Analisis Awal terhadap Objek dan Subjek Penelitian																																				
3	Penyusunan Bab 1																																				
4	Penyusunan Bab 2																																				
5	Penyusunan Bab 3																																				
6	Desk Evaluation																																				
7	Pengambilan Data																																				
8	Pengolahan Data																																				
9	Penyusunan Bab 4																																				
10	Penyusunan Bab 5																																				
11	Pendaftaran Sidang																																				
12	Sidang Skripsi																																				