

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, kebutuhan akan penyampaian informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses menjadi semakin penting, terutama bagi instansi pemerintah yang memiliki tanggung jawab dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung merupakan lembaga teknis daerah yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan sarana komunikasi, teknologi informasi, dan hubungan masyarakat di wilayah Kota Bandung. Lembaga ini dibentuk untuk menangani berbagai persoalan kemasyarakatan yang berkaitan dengan penyampaian informasi dan komunikasi publikasi [1].

Sebagai bentuk upaya meningkatkan efektivitas hubungan kemasyarakatan, DISKOMINFO memandang pentingnya menghadirkan inovasi informasi yang dapat diakses oleh masyarakat secara mudah, cepat, dan lengkap. Meskipun Kota Bandung telah memiliki sistem informasi berbasis web, masih ditemukan berbagai keterbatasan dalam penyampaian informasi, seperti kurangnya kelengkapan data, terbatasnya akses terhadap informasi tambahan, serta rendahnya interaksi antara masyarakat dan pihak-pihak yang berwenang [2]. Selain itu, kurangnya minat sebagian masyarakat untuk mengakses informasi melalui platform yang ada turut menjadi tantangan tersendiri dalam penyebaran informasi [3].

Melihat kondisi tersebut, diperlukan solusi informasi yang tidak hanya mencakup kelengkapan data, tetapi juga mampu menarik perhatian masyarakat untuk lebih aktif dalam mencari dan memahami informasi yang tersedia. Dengan menyediakan sarana informasi yang bersifat menarik dan informatif, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami visi dan misi DISKOMINFO [4]. Di sisi lain, langkah ini juga menjadi upaya untuk memperkenalkan Kota Bandung secara lebih luas, serta memperkuat citra kota sebagai daerah yang terbuka dan komunikatif dalam menyampaikan informasi publik [5].

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Adapun beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana proses perancangan dan pembuatan video company profile yang efektif untuk menyampaikan informasi tentang program Smart City Kota Bandung?

2. Apa dampak dari penggunaan video company profile bagi divisi Smart City Kota Bandung?
3. Bagaimana peran video company profile dalam mendukung tujuan Diskominfo Kota Bandung divisi Smart City dalam menyampaikan informasi tujuan secara cepat oleh masyarakat?.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka tujuan dari pengembangan

1. Mengembangkan sebuah media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai tujuan divisi Smart City Kota Bandung.
2. Memberikan dampak positif terhadap divisi Bandung Smart City dalam memperkuat citra Kota Bandung sebagai kota yang progresif dan berbasis teknologi.
3. Memberikan dukungan dalam menyampaikan informasi secara cepat dan mudah kepada divisi lain ketika rapat dan kepada masyarakat dalam mewujudkan visi kota cerdas dan berkelanjutan..

1.4 Penjadwalan Kerja

Tabel 1. 1 Contoh Tabel Pelaksanaan Kerja

No	Deskripsi Kerja	Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Produksi																
2	Produksi																
3	Pasca Produksi																
4	Publikasi																