

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Penciptaan Karya

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi digital sekarang ini sudah semakin pesat dan tidak terbandung lagi. Hampir setiap aspek kehidupan manusia sudah bergantung kepada teknologi dan digital, dimulai dari *start-up* hingga perusahaan besar bisa menjadi sangat mudah di karenakan adanya teknologi dan digital tersebut. Salah satu teknologi yang berkembang ialah teknologi di bidang multimedia, perkembangan multimedia sangat memudahkan *start-up* untuk memberikan informasi dan promosi secara visual ke masyarakat luas melalui media-medianya yang tersebar di internet.

Peran multimedia juga menuntut manusia untuk selalu berkembang dalam berbagai bidang, termasuk dalam pembuatan media yang dapat memberikan suatu informasi untuk masyarakat luas, salah satu media yang cukup populer dikalangan masyarakat adalah video. Media tersebut dapat memberikan informasi secara audio, teks, dan visual dimana masyarakat dapat melihat,menonton, dan mendengarkan informasi atau promosi secara menarik, masyarakat kini tidak lagi harus membaca ataupun bersusah payah mencari informasi mengenai suatu hal dalam sebuah artikel,koran,poster, dan media cetak lainnya. Hal ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat luas, salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi dan promosi dengan mengguakan *company profile*.

Menurut Purwanti (2013), promosi adalah tindakan dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai keberhasilan program pemasaran. Promosi didefinisikan sebagai serangkaian komunikasi informasi antara dan pembeli dengan tujuan mengubah sikap dan tingkah laku pembeli dari yang tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga mereka mengingat produk yang ditawarkan, Mubarok et al.,(2019). Menurut Notowijoyo & Loisa (2020), komunikasi pemasaran adalah jenis aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk

memberitahu pasar sasaran tentang perusahaan dan jasanya melalui penyebaran informasi, persuasi, dan pengingat.

Menurut Budiman (2014), video *company profile* adalah jenis media promosi yang dapat digunakan untuk perusahaan. Media video menjadi bentuk baru dalam presentasi kepada publik atau investor. Tidak dapat dipungkiri bahwa kebanyakan orang lebih suka menonton dan mendengarkan dibandingkan dengan membaca. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri dalam video *company profile*. *Company Profile* sebagai media yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, area, dan perusahaan tertentu Tsironis et al., (2024). Menurut Jasmine & Loen (2020), *Company Profile* merupakan gambaran umum tentang visi, misi, alamat, kontak, dan kegiatan perusahaan atau instansi. Selain itu, video *company profile* juga sering digunakan sebagai alat pendukung dalam presentasi. Menurut Anshori (2015), video *company profile* adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di TV dan media audio visual lainnya, yang mempresentasikan sebuah identitas dan pencitraan baik suatu perusahaan.

Video *company profile* memberikan daya tarik tersendiri bagi perusahaan karena memiliki beberapa unsur dari multimedia seperti video, audio, teks, dan gambar. Video *company profile* menyajikan informasi mengenai identitas produk dan layanan perusahaan sehingga dapat menciptakan pendekatan individual yang kemudian dapat membangun kepercayaan untuk menarik minat klien. Dalam pembuatan video *company profile* memerlukan peran sutradara yang bertugas membuat *script*, menentukan *angle shot* bersama *videographer* dan juga *controlling* saat proses pengambilan video agar hasil akhir mencerminkan identitas perusahaan secara efektif. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh bagi semua perusahaan, termasuk salah satunya perusahaan yang bekerja di jasa perparkiran yaitu CV. Link Parking.

CV Link Parking merupakan badan hukum yang bergerak dalam bidang penyedia jasa pengelolaan, pelayanan perparkiran dan penyedia tenaga kerja, yang bekerjasama dengan pemerintah maupun swasta untuk turut serta dalam melaksanakan penyedia jasa parkir yang mengutamakan ketertiban,

kenyamanan dan keamanan. Perusahaan ini mampu bertahan di dalam kompetisi yang ketat serta banyaknya persaingan perusahaan dalam bidang yang sama. Terlihat dalam beberapa lokasi gedung yang sudah di terapkan Link Parking mampu memberikan kepercayaan serta kenyamanan bagi para konsumen yang ada. Dalam persaingan yang ketat dan juga kemajuan teknologi, Link Parking memberikan kemudahan bagi konsumennya yaitu dengan memberikan fasilitas pengawasan secara *online* sehingga bisa mengetahui perkembangan transaksi yang terjadi pada setiap saat, ketersediaan kapasitas parkir, dan petugas yang aktif. Dengan menerapkan aplikasi parkir secara profesional, transparansi dari setiap transaksi parkir dapat terekam secara detail.

Sebagai sarana informasi, video *company profile* dapat memberikan informasi yang lengkap dan menarik tentang perusahaan kepada berbagai pihak seperti calon pelanggan, mitra bisnis, investor, dan masyarakat umum. Video *company profile* dapat membantu calon pelanggan untuk memahami sebagian besar tentang perusahaan tersebut, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat. Video *company profile* juga dapat membantu mitra bisnis untuk memahami kapasitas & kapabilitas perusahaan sehingga mereka dapat menjalin kerjasama yang lebih baik. Selain itu juga dapat membantu investor untuk menilai kinerja dan prospek perusahaan, sehingga mereka dapat mengambil keputusan investasi yang tepat. Sebagai sarana promosi, video *company profile* dapat membantu perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya kepada khalayak luas. Video *company profile* dapat diunggah di berbagai *platform* media sosial seperti youtube, facebook, instagram.

Hampir semua fase proses produksi video *company profile* dilakukan oleh sutradara. Menurut Bordwell et al (2017), sebagian besar karya audio visual melalui empat tahap proses produksi yaitu penulisan skenario, persiapan untuk pengambilan video, dan penyuntingan. Sutradara bertanggung jawab penuh atas proses pengembangan produksi audio visual.

1.2. Rumusan Penciptaan Karya

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yaitu peran sutradara dalam pembuatan video *company profile* CV. Link Parking.

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

Adapun tujuan pembuatan karya ini adalah untuk menghasilkan video *company profile* CV. Link Parking sebagai media informasi dalam meningkatkan promosi pelayanan jasa parkir, meningkatkan kerjasama, dan memberikan lapangan kerja baru bagi masyarakat.

1.4. Manfaat Penciptaan Karya

Dari pembahasan di atas, diharapkan dapat memberikan manfaat penciptaan karya sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Ada beberapa manfaat akademis yang didapat dalam pembuatan video *company profile* CV. Link Parking sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman industri perparkiran dimana video *company profile* CV. Link Parking dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang industri perparkiran, termasuk sejarahnya, tren saat ini, dan masalah yang dihadapi. Ini dapat membantu pembaca mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas industri dan peran penting yang dimainkan oleh perusahaan CV. Link Parking dalam masyarakat umum.
2. Menggunakan video *company profile* untuk mempelajari strategi bisnis dan pemasaran perusahaan parkir dalam mempelajari praktik terbaik dalam industri dan mengembangkan strategi bisnis pembaca untuk proyek penelitian atau bisnis.
3. Pembaca dapat menilai dampak sosial dan lingkungan dari industri parkir dengan melihat video *company profile* yang telah dibuat.

4. Pembaca dapat membuat studi baru tentang industri perparkiran dengan menggunakan data dari video *company profile* CV. Link Parking ini.
5. Meningkatkan pengetahuan publik tentang industri perparkiran, meingkatkan kesadaran masyarakat tentang industri perparkiran dan peran penting yang diberikan kepada masyarakat. Ini juga dapat membantu masyarakat agar dapat lebih memahami masalah yang dihadapi oleh perusahaan di bidang perparkiran dan mendorong solusi kreatif.

b. Manfaat Praktis

Pembuatan video *company profile* CV. Link Parking ini juga memiliki sejumlah manfaat praktis sebagai berikut:

1. Pengenalan *brand* dan identitas perusahaan, pembuatan video *company profile* membantu memperkenalkan merek dan identitas perusahaan kepada *audience* potensial yang mencakup nilai-nilai, visi, misi, dan keunggulan khusus perusahaan yang membantu membedakan mereka dari pesaing.
2. Peningkatan kesadaran merek diantara target pasar potensial dengan menyebarkan video *company profile* perusahaan melalui berbagai saluran *online* dan *offline*, sehingga video yang menarik dan *informatif* dapat menarik calon konsumen.
3. Penyampaian informasi yang efektif, dimana video adalah alat yang bagus untuk menyampaikan informasi secara visual dan auditif. CV. Link Parking membuat profil perusahaan dan informasi tentang layanan parkir, fasilitas, lokasi, tarif, dan kebijakan dengan cara yang mudah dipahami oleh *audiens*.
4. Peningkatan kepuasan pelanggan, dengan menunjukkan fasilitas dan layanan melalui video *company profile* dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang diharapkan saat menggunakan pelayanan CV. Link Parking ini.

5. Peningkatan kredibilitas dan kepercayaan terhadap perusahaan CV. Link Parking dengan menampilkan testimoni pelanggan, sertifikasi, atau penghargaan yang diperoleh, dapat memperkuat reputasi perusahaan di mata pelanggan.
6. Dalam pembuatan video *company profile* dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif dan efisien untuk menjangkau target pasar potensial. Untuk menarik *audience* yang lebih besar, video *company profile* dapat dibagikan melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, situs web perusahaan, email pemasaran.
7. Video *Company profile* dapat membantu upaya penjualan, karena memberikan gambaran yang jelas tentang layanan dan keuntungan perusahaan kepada calon pelanggan atau masyarakat luas agar dapat mempercepat proses penjualan dan meningkatkan konversi pelanggan baru.

c. Manfaat Sosial

Pembuatan video *company profile* CV. Link Parking juga dapat memberikan sejumlah manfaat sosial yang penting sebagai berikut:

1. Peningkatan Kesadaran Publik tentang layanan parkir melalui video *company profile* yang aman, terjangkau, dan mudah di akses, sehingga masyarakat mudah dan nyaman menitipkan kendaraan pribadi kepada petugas parkir.
2. Video *company profile* memberikan kesempatan untuk menunjukkan pengabdian karyawan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan baik sehingga dapat meningkatkan semangat dan kebanggaan karyawan serta meningkatkan ikatan sosial tim karyawan.
3. Memperbaiki keamanan dan keselamatan pengguna perparkiran, untuk mengurangi kecelakaan dan cedera video *company profile* berguna untuk mengajar para pengguna jasa parkir, sehingga menggunakan tempat parkir dengan aman dan bertanggung jawab.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Public Relations

Public relations merupakan suatu profesi yang menghubungkan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. *Public relations* adalah sekelompok individu/masyarakat/khalayak yang menjalin suatu hubungan, kerja sama, dan komunikasi dengan perusahaan/organisasi baik internal maupun eksternal (Ikatan Guru Indonesia,2021:17). *Public relations* bukan lagi sekadar gambaran tentang berbagai jenis hubungan yang telah ada, namun merupakan aktivitas praktik *me-manage* dan bekerja dengan memperbaiki hubungan-hubungan tersebut. Produk ataupun hasilnya disebut dengan *image* (citra). Citra sebuah organisasi sangat penting artinya dalam memperoleh dukungan dari masyarakat terutama dalam rangka mendukung tujuannya yang telah ditetapkan. *Image* secara sederhana adalah gambaran dari masyarakat dan organisasi terhadap suatu organisasi itu sendiri. Menurut J.C., Seidel, direktur *Public Relations, Division of Housing, State New York*, *public relations* adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik (*goodwill*) dan pengertian pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan-pernyataan. (Seidel,1947:20)

1.5.2. Company profile

Company profile digunakan oleh perusahaan atau lembaga untuk menyediakan informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik (Siregar et al.,2021). *Company profile* adalah produk yang dibuat untuk memperkenalkan suatu perusahaan dalam media. Media *public relations* adalah sarana perusahaan dengan *audience* untuk memberikan informasi tentang perusahaan guna mencapai kepuasan *audience* akan informasi perusahaan. *Company profile* dapat menjadi media yang tepat untuk menjawab permasalahan,

karena fungsinya sebagai media publikasi dan sarana pengenalan perusahaan. Selain itu, *company profile* dalam bentuk video dapat menjadi media kehumasan yang tepat, karena memiliki kelebihan, yaitu dapat diakses dimana saja dan kapan saja dan dapat di putar berkali-kali menggunakan jaringan internet.

1.5.3. Perparkiran

Perparkiran merupakan layanan penting dalam kehidupan sehari – hari yang mencakup berbagai jenis tempat parkir, layanan, dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Manajemen yang baik dan penggunaan teknologi canggih dapat mengatasi masalah yang ada dan meningkatkan pengalaman pengguna sehingga sistem perparkiran menjadi lebih ramah lingkungan, aman, dan efisien setiap hari. Donald C. Shoup (2018) menulis dalam jurnalnya, bahwa reformasi kebijakan parkir sangat penting untuk mengatasi masalah di perkotaan seperti kemacetan dan polusi udara, Ponsford dan Kluizenaar (2019) dalam penelitiannya melihat bagaimana teknologi parkir pintar (*smart parking*) berpengaruh pada efisiensi parkir dan emisi kendaraan, mereka menunjukkan bahwa teknologi ini dapat membantu dalam pengelolaan parkir di perkotaan. Seperti halnya di Ibu Kota DKI Jakarta yang memiliki populasi yang relatif besar, bahkan lokasi besar membuat area parkir yang luas. Misalnya, pusat perbelanjaan, tempat wisata atau lainnya. Tidak semua pengelola parkir dapat menyediakan ruang parkir yang mencukupi meskipun banyak orang yang membutuhkannya.

1.5.4. Sutradara

Dalam proses penciptaan *company profile* perusahaan ini, saya bertanggung jawab dan bertugas sebagai sutradara. Sutradara adalah orang yang bertanggung jawab atas berjalannya ide kreatif dalam sebuah produksi teater, film, atau acara pertunjukkan lainnya. Peran sutradara sangat penting dalam menyatukan berbagai elemen produksi, mengarahkan para aktor. Harrell (2017), mengatakan bahwa seorang sutradara harus tau apa yang orang lain inginkan, butuhkan, takuti, dan rasakan ketika mereka membuat pengalaman yang menghubungkan penonton dengan karyanya.

Berikut adalah beberapa peran sutradara dalam penciptaan video *company profile*:

1. Mengembangkan Konsep dan Visi Kreatif

Sutradara bekerja sama dengan tim kreatif untuk menentukan tujuan dan visi video *company profile*. Kami membuat ide yang menarik dan cocok dengan citra dan nilai perusahaan. Sutradara juga membantu penulis naskah untuk menyusun naskah yang jelas, ringkas, dan informatif. Selain itu, sutradara juga bekerjasama dengan penulis naskah untuk memasukkan informasi penting perusahaan seperti sejarah, visi, misi, layanan jasa, dan prestasi yang di capai oleh perusahaan.

2. Pengarahan Visual dan Naratif

Pemilihan gaya visual yang akan digunakan, termasuk palet warna, komposisi shot dan tone keseluruhan yang mencakup pengambilan keputusan tentang penggunaan grafis, animasi, atau *footage*. Selain itu sutrada juga membuat *storyboarding* untuk merencanakan adegan-adegan dan urutan shot yang akan diambil. *Storyboard* membantu memastikan bahwa semua elemen visual dan naratif terintegrasi dengan baik.

3. **Pemilihan dan Pengarahan *Talent*.**

Jika video membutuhkan aktor atau narator, sutradara bertanggung jawab untuk memilih *talent* yang tepat. Ini bisa termasuk karyawan perusahaan, klien, atau aktor profesional. Sutradara bertugas untuk mengarahkan *talent* dalam menyampaikan pesan dengan cara yang natural dan meyakinkan dengan memberikan bimbingan tentang ontologi, ekspresi, dan gerakan yang sesuai.

1.5.5. **Karya Terdahulu**

Sebelum adanya Karya yang kami buat, sudah terlebih dahulu ada beberapa pembuat karya yang membuat perancangan yang sama mengenai video *company profile*. Ada beberapa karya terdahulu yang kami pilih sebagai acuan dalam pembuatan video *company profile* sebagai berikut:

Karya pertama, yang diambil dari jurnal TEMATIK-Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi berjudul “Perancangan Video *Company profile* Pada Hotel de Java Bandung” dibuat pada tanggal 1 Juni 2020 dengan menjelaskan mengenai *Company profile* itu sendiri dan beberapa teknik pengambilan video yang kami butuhkan secara lengkap. Karya ini menggunakan program adobe premiere pro cc dan teori yang digunakan.

Karya kedua, yang kami ambil merupakan video *company profile* “BSS Parking” yang di unggah dalam media sosial youtube milik BSS Parking pada tanggal 2 maret 2022. Video *company profile* BSS Parking menggambarkan kegiatan BSS Parking dalam menyediakan jasa perparkiran melalui sistem pelayanan, sistem oprasi, sistem keamanan, para karyawan dan juru parkir serta beberapa prestasi penghargaan yang di raih oleh BSS Parking. Oleh karena itu, video *company profile* BSS Parking menjadi acuan dalam pembuatan konsep video *company profile* yang kami buat.

Karya ketiga, berbeda dengan video *company profile* sebelumnya, “Video *company profile* BRI : Sang Pewujud Mimpi “ yang di *publish*

melalui akun media sosial youtube milik Bank BRI pada 11 September 2020. Dengan tujuan senantiasa konsisten pada komitmen untuk memajukan serta mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia, khususnya di masa sulit.

Karya Kempat, dalam pembuatann video *company profile*, dengan judul “Profil Perusahaan: PT INKA (Persero)” yang di *publish* melalui akun media sosial youtube milik PT INKA Persero pada 5 April 2019. PT Industri Kereta Api (Persero) atau PT INKA yang berdiri sejak 18 Mei 1981, merupakan perusahaan manufaktur kereta api dan transportasi terpadu pertama di Asia Tenggara. Berkomitmen menghasilkan beragam produk sarana perkeretaapian yang berkualitas dengan cara terus berinovasi yang didukung teknologi tinggi, fasilitas modern, SDM yang handal, dan layanan jasa purna jual yang terbaik.

