

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Penciptaan Karya

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, dunia bisnis mengalami transformasi signifikan dalam cara perusahaan berkomunikasi dengan audiensnya. Digitalisasi telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi berbagai platform dan media digital guna memperluas jangkauan pasar dan memperkuat *brand presence* mereka. Salah satu alat promosi yang semakin diminati adalah *video company profile*. *Video company profile* adalah bentuk lain dari *company profile* dengan format audio visual berupa cuplikan beberapa video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis (Dewi, dkk., 2022).

Salah satu bentuk media yang semakin banyak digunakan adalah *video company profile*, yaitu video yang menampilkan informasi menyeluruh tentang perusahaan, mulai dari visi dan misi, struktur organisasi, proses kerja, hingga produk atau layanan yang ditawarkan. Dibandingkan dengan media cetak atau presentasi konvensional, video memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara lebih dinamis, menarik, dan mudah dipahami. Dengan penggabungan elemen visual, audio, serta narasi, video mampu menyentuh sisi emosional audiens sekaligus memberikan informasi yang lengkap dan mendalam (Putri & Adiyoga, 2020). Oleh karena itu, *video company profile* menjadi pilihan yang efektif untuk digunakan sebagai alat komunikasi visual perusahaan dalam menjangkau khalayak luas, baik untuk keperluan internal maupun eksternal.

Seiring berkembangnya tren digital marketing, kebutuhan perusahaan terhadap media komunikasi yang representatif dan profesional semakin tinggi. Hal ini berlaku pula bagi PT. Daging Warga Nusantara, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan dan distribusi daging. Sebagai perusahaan yang mengandalkan kepercayaan konsumen dalam hal kualitas dan keamanan pangan,

PT. Daging Warga Nusantara membutuhkan media promosi yang tidak hanya menjelaskan proses produksinya, tetapi juga mampu menampilkan identitas perusahaan secara kuat dan meyakinkan. Konten video menjadi solusi tepat karena mampu memperlihatkan proses produksi seperti pengasapan dan distribusi daging secara langsung dan meyakinkan, yang sulit dicapai hanya dengan media teks atau gambar. Menurut Pratama dan Amelia (2021), visualisasi proses produksi dalam industri pangan terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas produk dan memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia pangan yang aman dan profesional.

Dalam konteks ini, perusahaan yang seperti PT. Daging Warga Nusantara dihadapkan pada tantangan untuk terus memperbarui dan mengoptimalkan strategi promosi mereka. Sebagai entitas yang terlibat dalam pemasaran, PT. Daging Warga Nusantara menyadari bahwa memiliki video *company profile* yang profesional dan berkualitas tinggi merupakan kebutuhan esensial. Video ini tidak hanya mencerminkan identitas perusahaan, tetapi juga menjadi jembatan komunikasi yang menjelaskan visi, misi, serta nilai-nilai yang diusung oleh perusahaan kepada calon klien dan mitra bisnis.

Dalam sebuah perusahaan, *company profile* merupakan elemen penting yang membentuk citra perusahaan di mata relasi dan jajaran direksi. Untuk mempermudah penyebaran informasi perusahaan kepada masyarakat luas, profil ini dianggap sangat efektif, terutama dengan kemajuan teknologi saat ini. Oleh karena itu, dibutuhkan media komunikasi yang lebih menarik dan interaktif sebagai sarana informasi dan promosi yang dapat menjangkau semua orang (Rifai, dkk, 2018).

Pembuatan video *company profile* ini juga merupakan langkah strategis dalam menciptakan diferensiasi di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang memanfaatkan video sebagai alat promosi, PT. Daging Warga Nusantara bertujuan untuk menghasilkan konten

yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu mengedukasi dan membangun hubungan emosional dengan audiens. *Video company profile* juga diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan *trust* terhadap perusahaan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, karya ini bertujuan untuk menceritakan proses pembuatan *video company profile* tersebut dari awal pelaksanaan hingga proses final *editing*-nya.

Dalam praktiknya, pembuatan *video company profile* tidak hanya menuntut kemampuan teknis dalam bidang produksi video, seperti pengambilan gambar, pengolahan audio, dan penyuntingan visual, tetapi juga pemahaman konseptual terhadap strategi komunikasi yang relevan dengan identitas perusahaan. Penulis dituntut mampu menerjemahkan visi dan misi perusahaan ke dalam bentuk visual yang komunikatif, menarik, dan mudah dicerna oleh target audiens. Oleh karena itu, proses produksi karya ini juga menjadi sarana pembelajaran dan penerapan ilmu desain komunikasi visual secara utuh. Mulai dari riset, pengembangan konsep, penulisan naskah, hingga pelaksanaan dan evaluasi karya akhir. Konteks ini menjadikan penciptaan video sebagai bentuk pendekatan multidisiplin antara seni visual, komunikasi strategis, dan teknologi digital (Putri & Adiyoga, 2020).

Lebih jauhnya, keterlibatan langsung mahasiswa dalam proyek nyata bersama mitra industri menjadi poin penting dalam membangun pengalaman profesional dan portofolio. Dalam konteks karya ini, penulis bekerja sama langsung dengan PT. Daging Warga Nusantara dalam setiap tahap produksi, termasuk tahap awal seperti penggalan kebutuhan klien hingga tahap akhir berupa evaluasi dan revisi video. Kolaborasi ini memungkinkan terciptanya karya yang tidak hanya memenuhi standar akademik, tetapi juga memiliki nilai fungsi nyata bagi pihak perusahaan. Keterlibatan aktif dengan mitra industri juga sejalan dengan pendekatan pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), yang mendorong mahasiswa untuk terlibat secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan riil di lapangan (Siregar, 2021).

Dengan mempertimbangkan pentingnya komunikasi visual dalam membentuk citra perusahaan serta meningkatnya kebutuhan konten promosi yang efektif di era digital, maka penciptaan video *company profile* PT. Daging Warga Nusantara menjadi langkah strategis dan relevan. Karya ini tidak hanya menjadi dokumentasi visual perusahaan, tetapi juga sarana untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan publik terhadap produk yang ditawarkan. Di sisi lain, proses penciptaannya juga memperlihatkan bagaimana mahasiswa ilmu komunikasi dapat berkontribusi secara nyata dalam dunia industri melalui pendekatan komunikasi visual yang solutif dan profesional. Oleh sebab itu, skripsi ini diharapkan dapat menjadi referensi, inspirasi, sekaligus bukti praktik penciptaan karya audio-visual yang aplikatif dan berorientasi pada kebutuhan klien (Pratama & Amelia, 2021).

1.2. Rumusan Penciptaan Karya

Penciptaan karya video *company profile* PT. Daging Warga Nusantara sebagai media promosi pengenalan perusahaan berangkat dari kebutuhan untuk mengembangkan alat komunikasi visual yang efektif dalam memperkenalkan perusahaan kepada audiens yang lebih luas. Seiring dengan semakin pentingnya media digital dalam strategi pemasaran, perusahaan perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media tersebut mampu menggambarkan citra, nilai, dan keunggulan kompetitif mereka dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Adapun rumusan penciptaan karya ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana proses pembuatan dan organizing video *company profile* PT. Daging Warga Nusantara untuk menjadi media informasi dan promosi?

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

Penciptaan video *company profile* untuk PT. Daging Warga Nusantara didasarkan pada kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas,

kredibilitas, dan efektivitas komunikasi dengan audiens target. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu memanfaatkan berbagai media untuk memperkuat citra dan pesan yang ingin disampaikan kepada publik. *Video company profile* dipilih sebagai alat promosi strategis karena mampu menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami.

Adapun tujuan penciptaan karya ini meliputi beberapa aspek utama:

1. Menjabarkan Proses Pembuatan *Video Company Profile* yang Representatif

Tujuan pertama adalah untuk menciptakan video yang secara akurat dan menarik merepresentasikan identitas, visi, misi, serta nilai-nilai utama PT. Daging Warga Nusantara. Video ini harus mampu menyampaikan keunggulan kompetitif perusahaan, layanan yang ditawarkan, dan manfaat yang dapat diperoleh klien dari bekerja sama dengan perusahaan.

2. Menghasilkan Media Promosi yang Efektif

Video ini diharapkan dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon klien maupun mitra bisnis. Dengan video yang dirancang secara profesional, PT. Daging Warga Nusantara dapat memperkuat posisinya di pasar dan menonjolkan diferensiasi dibandingkan pesaing.

3. Meningkatkan Distribusi Konten di Platform Digital

Penciptaan video ini juga bertujuan untuk memanfaatkan platform digital secara maksimal seperti media sosial dan platform *video sharing*. Dengan distribusi yang tepat, video ini dapat mencapai audiens yang lebih luas dan relevan, sehingga memperbesar peluang bisnis bagi PT. Daging Warga Nusantara.

Dengan penciptaan video *company profile* ini, PT. Daging Warga Nusantara berharap dapat menciptakan media yang tidak hanya memperkenalkan perusahaan dengan cara yang lebih menarik dan informatif, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan bisnis jangka panjang melalui strategi komunikasi yang lebih terarah dan efektif.

1.4. Manfaat Penciptaan Karya

Penciptaan video *company profile* untuk PT. Daging Warga Nusantara tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan sebuah produk visual, tetapi juga memiliki berbagai manfaat strategis bagi perusahaan serta pihak-pihak terkait lainnya. Manfaat ini dapat dilihat dari perspektif internal perusahaan, pengembangan industri kreatif, dan kontribusi terhadap literatur pemasaran digital. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari penciptaan karya ini:

1. Meningkatkan *Visibility*

Dengan menyajikan informasi yang lengkap dan menarik dalam format video, PT. Daging Warga Nusantara dapat lebih mudah dikenal oleh audiens yang lebih luas. Video ini akan menjadi alat yang kuat untuk memperkenalkan identitas perusahaan dan menonjolkan keunikan yang dimiliki, sehingga meningkatkan daya saing di pasar.

2. Mendukung Proses Penjualan dan Pemasaran

Video *company profile* dapat menjadi bagian integral dari strategi pemasaran dan penjualan perusahaan. Video ini dapat digunakan dalam presentasi kepada klien potensial dan dibagikan melalui media sosial. Dengan demikian, video ini dapat membantu PT. Daging Warga Nusantara dalam mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan dan menarik minat calon klien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan prospek bisnis dan konversi penjualan.

3. Memperkuat Citra dan Kredibilitas Perusahaan

Video yang diproduksi dengan profesionalisme tinggi dapat memperkuat citra dan kredibilitas PT. Daging Warga Nusantara dimata publik. Audiens cenderung lebih percaya dan terkesan dengan perusahaan yang mampu menyampaikan pesan secara jelas dan berkualitas melalui media visual. Hal ini dapat berkontribusi pada pembentukan persepsi positif dan kepercayaan terhadap perusahaan.

4. Menjadi Referensi dan Inspirasi bagi Industri Kreatif

Karya ini memberikan manfaat bagi para pelaku industri kreatif, khususnya dalam pembuatan video promosi perusahaan. Proses penciptaan dan hasil akhir dari video *company profile* PT. Daging Warga Nusantara dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi desainer grafis, videografer, dan profesional kreatif lainnya dalam mengembangkan karya serupa yang mendukung tujuan promosi perusahaan.

5. Menambah Wawasan dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Digital

Secara akademis, penciptaan karya ini memberikan kontribusi pada literatur pemasaran digital, khususnya dalam hal penggunaan media video sebagai alat promosi. Penelitian dan dokumentasi proses pembuatan video ini dapat menjadi sumber informasi dan wawasan baru bagi mahasiswa, peneliti, dan praktisi pemasaran yang tertarik untuk mempelajari dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif di era digital.

6. Memperkuat Komunikasi Internal dan Eksternal

Video *company profile* juga dapat digunakan untuk memperkuat komunikasi internal dengan karyawan dan komunikasi eksternal dengan mitra bisnis. Dengan video ini, semua pihak yang terkait dengan perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik

tentang visi, misi, dan arah strategis perusahaan, sehingga mendukung sinergi dan kerjasama yang lebih efektif.

Melalui penciptaan *video company profile* ini, tidak hanya mendapatkan alat promosi yang kuat, tetapi juga memperoleh berbagai manfaat strategis yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di masa depan.

1.5. Tinjauan Pustaka

Dalam konteks penciptaan *video company profile* untuk PT. Daging Warga Nusantara, berikut adalah berbagai konsep dan teori yang relevan, dari mulai komunikasi visual, peran video dalam promosi, hingga langkah-langkah teknis dalam produksi video.

1. Konsep Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan produk, serta menjangkau target pasar secara lebih luas dan efisien. Dalam era digital saat ini, pemasaran tidak lagi bergantung pada media konvensional seperti brosur atau televisi, melainkan telah bertransformasi ke arah platform digital seperti media sosial dan *video sharing*. Menurut Setyawan dan Khabibah (2022), digital marketing dapat dioptimalkan melalui media visual seperti *video company profile*, karena mampu menarik perhatian dan membangun citra perusahaan melalui pendekatan visual dan emosional.

Dengan demikian, pemasaran digital melalui media *video company profile* merupakan strategi yang tepat dan relevan untuk diterapkan dalam dunia bisnis saat ini. Selain memperkuat identitas perusahaan, media ini juga mampu meningkatkan daya saing dan

menjangkau konsumen secara lebih luas melalui platform-platform digital yang kini semakin berkembang seperti salah satunya yang digunakan untuk publikasi skripsi karya penulis yaitu platform YouTube.

2. Video Company Profile

Video company profile adalah salah satu media komunikasi visual yang bertujuan untuk memperkenalkan identitas, produk, dan nilai perusahaan kepada khalayak. Menurut Firmansyah (2018) dalam Komunikasi Pemasaran, media ini sangat efektif untuk membangun citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Pada proses pembuatan video, penting untuk menyusun struktur narasi yang logis dan menarik. Dalam konteks PT. Daging Warga Nusantara, struktur ini mencakup pengenalan perusahaan, penjelasan produk daging olahan berbasis pangan lokal, serta program kemitraan yang ditawarkan. Menurut Hidayat (2015) dalam Jurnal Komunikasi Indonesia, struktur narasi yang kuat dapat meningkatkan kemampuan video dalam menyampaikan pesan utama kepada audiens.

3. Elemen Visual dan Estetika dalam Video Promosi

Elemen visual seperti warna, tipografi, dan transisi sangat penting dalam menciptakan identitas visual yang konsisten. Menurut Santosa (2019) dalam Dasar-dasar Desain Komunikasi Visual, warna dapat menciptakan suasana hati tertentu dan memengaruhi bagaimana audiens memandang merek. Penggunaan warna hangat seperti coklat, merah, dan putih pada video PT. Daging Warga Nusantara mencerminkan kualitas, kehangatan, dan kepercayaan.

Selain itu, gaya visual sinematik yang menggunakan teknik *depth of field* dan juga transisi halus dapat meningkatkan profesionalisme video. Hal ini sesuai dengan temuan Wijaya (2021) dalam Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia, yang menunjukkan bahwa video dengan estetika sinematik memiliki daya tarik lebih besar bagi audiens dibandingkan video promosi biasa.

4. Audio dan Narasi dalam Komunikasi Visual

Penggunaan audio yang tepat, seperti musik latar dan narasi yang jelas, memiliki peran signifikan dalam mendukung visualisasi video promosi. Untuk video PT. Daging Warga Nusantara, musik latar santai digunakan untuk menggambarkan sejarah perusahaan, sementara nada yang lebih optimistis dipilih untuk memaparkan kemitraan dan produk. *Voice over* yang ramah dan profesional juga penting untuk menyampaikan pesan utama secara efektif.

5. Teknik Produksi Video *Company Profile*

Proses produksi video *company profile* melibatkan berbagai teknik pengambilan gambar untuk menciptakan narasi visual yang menarik. Pada video PT. Daging Warga Nusantara, teknik *interview style* juga digunakan untuk menyajikan testimoni CEO dan mitra, yang dapat memperkuat kepercayaan audiens terhadap perusahaan. Hal ini sesuai dengan studi Setiawan (2019) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, yang menyatakan bahwa testimoni dalam video promosi dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan.

1.6. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Perancangan Video <i>Company Profile</i> PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi	Muhammad Taufiq Nugroho Hendra Kurniawan	2022	Untuk melakukan perancangan video <i>company profile</i> dengan teknik <i>motion graphic</i> dan menerapkan video <i>company profile</i> berbasis multimedia sebagai media promosi digital PT. Fala Group Indonesia	Video <i>company profile</i> dengan teknik <i>motion graphics</i> merupakan upaya alternatif untuk menyampaikan informasi tentang profil perusahaan dengan singkat dan jelas	Pada penelitian ini sama-sama mengangkat tentang mempromosikan suatu perusahaan	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian sementara pada penelitian kami tidak menggunakan metode penelitian
2.	Media Promosi Berbasis	Lusyani Sunarya, Mistano,	2023	Untuk memperkenalkan	Video berhasil meningkatkan	Pada penelitian ini sama-sama	Fokus materi berbeda:

	Video Company Profile pada PT. Polymindo Permata	Cornelia A. N. Sitinjak		produk dan informasi perusahaan melalui video <i>company profile</i> .	n pengenalan brand dan pelanggan; dibuat dengan After Effects & Premiere; diunggah ke YouTube, website, Instagram.	menggunakan video company profile sebagai media promosi berbasis perusahaan; memanfaatkan media digital (YouTube)	penelitian ini pada perusahaan manufaktur, sedangkan PT Daging Warga Nusantara adalah produsen makanan; metode rigornya belum disebutkan seperti menggunakan analisis SWOT + produksi multimedia (beda proses & alat <i>editing</i> dapat disesuaikan)
3.	Perancangan Video <i>Company Profile</i> Sebagai	Ivan Riansyah	2016	Penelitian dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh	Penelitian ini menghasilkan sebuah video <i>company</i>	Pada penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan penelitian	Pada penelitian ini memiliki target market

	Sarana Penunja ng Promosi Dan Informas i Kota Tangera ng Pada Sma Yuppent ek 1			instansi sebagai referensi dasar untuk mengambil kebijakan yang berhubung an dengan informasi pada bagian perusahaan . Sehingga memperm udah proses informasi dimanapun dan kapanpun serta menghasil kan informasi yang akurat dan efisien.	<i>profile</i> sebagai media informasi dan promosi bagi SMA Yupentek 1 Kota Tanggerang	kami karena memiliki tujuan yang sama untuk mempromosi kan dan memperkenal kan profil perusahaan kepada masyarakat	yang berbeda dengan penelitian kami, pada penelitian ini lebih berfokus kepada orang- orang yang tertarik dan ingin memulai bisnis UMKM dalam bentuk franchise.
--	--	--	--	---	--	--	---

Table 1.1 Penelitian Terdahulu