

**PENERAPAN *VIDEO COMPANY PROFILE* SEBAGAI
UPAYA PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS*
PT. INTISARANA ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)**

SKRIPSI KARYA

Oleh :

APRINA JOVANKA SIRAIT

2171650021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2025

**PENERAPAN *VIDEO COMPANY PROFILE* SEBAGAI
UPAYA PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS*
PT. INTISARANA ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)**

SKRIPSI KARYA

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

APRINA JOVANKA SIRAIT

2171650021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprina Jovanka Sirait

NIM : 2171650021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“PENERAPAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS PT. INTISARANA ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 25 Juni 2025



Aprina Jovanka Sirait



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fsisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
"PENERAPAN *VIDEO COMPANY PROFILE* SEBAGAI UPAYA
PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS* PT. INTISARANA
ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)"**

Oleh:

Nama : Aprina Jovanka Sirait
No. Induk Mahasiswa : 2171650021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 25 Juni 2025

Pembimbing,

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

NIDN: 0313119403

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)

NIDN: 0306108902

Dekan,

(Dr. Verdimand Robertua, M.Soc. Sc.)

NIDN: 314038602



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 16 Juni 2025 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Aprina Jovanka Sirait
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PENERAPAN VIDEO COMPANY PROFILE
SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS PT. INTISARANA
ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)"**

oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M. I.Kom.	Sebagai Ketua	
2 Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Anggota	
3 Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 25 Juni 2024



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aprina Jovanka Sirait
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENERAPAN *VIDEO COMPANY PROFILE* SEBAGAI UPAYA
PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS* PT. INTISARANA
ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 25 Juni 2025.

Jakarta, 25 Juni 2025

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M. I.Kom)

Penguji II

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A

Penguji III

Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutowo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021)80886884
Email: fitipol@uki.ac.id, sekretariat@fitipol@gmail.com. Homepage: <https://www.uki.ac.id>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Aprina Jovanka Sirait
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650021
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : PENERAPAN *VIDEO COMPANY PROFILE* DALAM UPAYA
PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS* PT. INTISARANA
ADISEJAHTERA (INTI SOLAR)

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 25 Juni 2025
Yang menyatakan,



Aprina Jovanka Sirait

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, berkat hingga cintanya kasih-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan *Video Company Profile* Sebagai Upaya Pengembangan *Brand Awareness* PT. Intisarana Adisejahtera (Inti Solar)”.

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai tugas akhir penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia (FISIPOL UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama belajar di program studi Ilmu komunikasi, FISIPOL UKI, penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dan diberi arahan, dukungan, serta semangat oleh orang-orang disekitar penulis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan ungkapan syukur serta rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Allah Tritunggal, hanya karena kemurahan Allah Bapa penulis bisa sanggup mengerjakan ini semua, banyak rintangan dan suka duka yang dilalui selama ini namun Roh Kudus tidak pernah meninggalkan anak-Nya dalam segala keadaan. Cinta kasih Tuhan sangat penulis rasakan hingga kini.

Keluarga: Mama, Kakak, Abang yang menjadi tempatku bersandar dan payung berteduh di setiap saatnya. Mama yang selalu *full support* dari awal perkuliahan hingga penulis bisa di titik ini menyelesaikan kewajiban terakhirnya dalam hal akademik. Juga Kakak & Abang yang senantiasa membantu dari segi material & mental yang meskipun kita tidak selalu berdekatan tapi terima kasih untuk seluruh dukungannya selama ini.

Para Dosen Fisipol UKI yang sudah memberikan ilmu berharga selama 4 tahun ini, banyak sekali pelajaran yang penulis dapatkan mulai dari materi, praktek hingga seni berorganisasi didukung penuh oleh dosen-dosen tercinta. Terlebih untuk Kak Silvi Nevane yang menjadi dosen pembimbing yang sangat luar biasa baik dan sabar dalam menuntun penulis hingga akhir.

Teman-teman GSRI-KB yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun kalian memiliki arti penting bagi penulis hingga detik ini, dukungan tersirat kalian membuat penulis teguh dan terus berjuang bertumbuh serta menjalankan kewajibannya secara beririsan. Dan juga pembina YM & AT yang akan selalu menjadi teladan, Tuhan sangat baik menghadirkan kalian dalam kehidupan penulis.

Gyan Sagara: Organisasi dimana tempat penulis selama satu tahun mengalami perkembangan hari demi hari, orang-orang yang didalamnya menjadi *support system* dan membantu penulis memiliki rasa *sense of belonging* di dalam dunia kampus.

Tim Karyaku Karyamu yaitu Louis & Venesa yang menjadi tim kebanggaan penulis dalam menyelesaikan skripsi karya bersama-sama. Terima kasih sudah mau berjalan beriringan dan menopang satu sama lain, perjuangan kita selesai bes:)

Seluruh pihak yang memiliki kontribusi penuh tidka dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta, 16 Juni 2025

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	i
SURAT PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR_	ii
SURAT PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR_	iii
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI_	iv
SURAT PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR_	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Penciptaan Karya	1
1.2 Rumusan Penciptaan Karya.....	5
1.3 Tujuan Penciptaan Karya	6
1.4 Manfaat Penciptaan Karya	6
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Konsep <i>Brand Awareness</i>	7
1.5.2 Konsep Cyber Branding.....	12
1.5.3 Penelitian Terdahulu	13
1.5.4 Referensi Karya.....	14
BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA	17
2.1 Deskripsi Karya	17
2.1.1 Perencanaan Konsep Kreatif.....	19
2.1.2 Perencanaan Teknis.....	21
2.1.3 Personel (Sumber Daya Manusia).....	23
Sumber: Olahan Penulis.....	24
2.1.4 Anggaran.....	24
2.1.5 Timeline Pengerjaan	25
2.2 Objek Karya	26
2.3 Target Publikasi.....	28
BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA	31
3.1 Pelaksanaan Penciptaan Karya	31

3.2	Pembahasan Karya	35
3.3	Analisis Karya	49
3.4	Evaluasi Penciptaan Karya	56
3.4.1	Wishlist	58
3.4.2	Personel	63
3.4.3	Anggaran	64
3.4.4	Time Table	65
BAB IV PENUTUP		67
4.1	Kesimpulan	67
4.2	Saran	68
4.2.1	Saran Akademis	68
4.2.2	Saran Praktis	68
4.2.3	Saran Sosial	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		73



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Referensi Karya	14
Tabel 2. 1 Deskripsi Karya	17
Tabel 2. 2 Wishlist	19
Tabel 2. 3 Personel.....	23
Tabel 2. 4 Anggaran.....	24
Tabel 2. 5 Tabel Timeline Pengerjaan	25
Tabel 3. 1 Pelaksanaan Penciptaan Karya	31
Tabel 3. 2 Penjabaran SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, Threats).....	49
Tabel 3. 3 Pencapaian Wishlist.....	66
Tabel 3. 4 Struktur Personel Terbaru.....	63
Tabel 3. 5 Rincian Anggaran Terbaru.....	64
Tabel 3. 6 Time Table Terbaru	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Piramida <i>Brand awareness</i>	9
Gambar 2. 1 Google Analitik.....	22
Gambar 2. 2 Website Perusahaan	29
Gambar 2. 3 Youtube Inti Solar.....	29
Gambar 2. 4 Instagram Inti Solar.....	29
Gambar 3. 1 Scene Ekspansi Pasar	37
Gambar 3. 2 Scene Pemaparan Produk.....	38
Gambar 3. 3 Scene Kredibilitas Karyawan.....	39
Gambar 3. 4 Scene Wawancara Direktur Inti Solar.....	40
Gambar 3. 5 Coming Soon Video.....	41
Gambar 3. 6 Jumlah Views & Likes	41
Gambar 3. 7 Jumlah Komentar	42
Gambar 3. 8 Data Analytics Youtube	42
Gambar 3. 9 Iklan skippable in stream	43
Gambar 3. 10 Jenis Iklan “in feeds”	44
Gambar 3. 11 Jenis Iklan “Short Ads”	44
Gambar 3. 12 Jenis Iklan “Outstream Ads”	45
Gambar 3. 13 Data Google Ads.....	45
Gambar 3. 14 Biaya Google Ads	46
Gambar 3. 15 Performa Iklan di seluruh perangkat.....	46
Gambar 3. 16 Demografi Gender & Usia	47
Gambar 3. 17 Segmen Audiens yang dipilih	48
Gambar 3. 18 Bukti Wawancara – Pelaku Rumah Tangga.....	61
Gambar 3. 19 Bukti Wawancara - Kontraktor	62
Gambar 3. 20 Bukti Wawancara – Masyarakat	63
Gambar 3. 21 Bukti Unggah Youtube	69
Gambar 3. 22 Bukti Unggah Instagram	69
Gambar 3. 23 Pendaftaran Iklan Google.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Produksi	73
Lampiran 2. Anggaran Produksi	74
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Wawancara	74
Lampiran 4.. Surat Pernyataan Kerja Sama Inti Solar	75
Lampiran 5. Surat Persetujuan Kerja Sama	77
Lampiran 6. Surat Persetujuan Publikasi	78
Lampiran 7. Dokumen Memorandum of Agreement (MoA)	79
Lampiran 8. Dokumen Implementation Arrangement (IA)	87
Lampiran 9. Sertifikat Kontribusi	90
Lampiran 10. Lisensi Backsound.....	99
Lampiran 11. Lisensi Pilot Drone.....	100



ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara perusahaan membangun komunikasi dengan audiensnya, termasuk dalam upaya meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Skripsi ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan sebagai strategi komunikasi visual dalam membentuk dan memperkuat *brand awareness* PT. Intisariana Adisejahtera (Inti Solar), sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pemanas air tenaga surya dan menjadi pelopor selama lebih dari 60 tahun.

Karya ini diwujudkan dalam bentuk video berdurasi 6 menit yang menampilkan profil perusahaan, visi-misi, nilai-nilai inti, sejarah perkembangan, hingga pencapaian serta testimoni dari tokoh utama perusahaan yaitu direktur. Strategi penyebaran dilakukan melalui kanal digital seperti *YouTube*, *Instagram*, dan situs web resmi perusahaan, disertai dukungan promosi melalui *Google Ads*. Evaluasi dilakukan menggunakan data analitik dari *YouTube Studio* dan *Google Ads* untuk mengukur dalam menjangkau target audiens dan membangun keterlibatan serta *implementer* juga memberikan evaluasi dengan beberapa cara yang telah dilakukan dan pertimbangan untuk mengembangkan pemanfaatan tersebut kepada pihak perusahaan.

Hasil evaluasi dalam platform digital menunjukkan adanya peningkatan dalam jumlah penayangan, interaksi, dan *awareness* terhadap merek Inti Solar di kalangan audiens digital, khususnya usia produktif. Ditambah adanya evaluasi dari pihak Perusahaan, target sasaran dan *implementer* mampu menjelaskan bagaimana penerapan *video company profile* telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan kemudian bahan evaluasi yang tertulis menjadi pegangan perusahaan setelah berhasil memiliki *video company profile* perdana. Video ini terbukti baik digunakan sebagai media komunikasi berlandaskan audio-visual yang mampu memperkenalkan perusahaan secara profesional dan menarik hingga mencapai piramida *brand awareness* di poin *brand recognition* (pengenalan merek). Terlebih video ini juga berhasil menjalin kerja sama dengan *partner* baru oleh karena penerapan milik Inti Solar. Penerapan ini diharapkan dapat menjadi model strategi digital *branding* yang relevan dan adaptif bagi perusahaan di era komunikasi modern.

Kata kunci: kesadaran merek, strategi digital, komunikasi visual

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has changed the way companies build communication with their audiences, including in efforts to increase brand awareness. This thesis aims to explore the application as a visual communication strategy in forming and strengthening brand awareness of PT. Intisarana Adisejahtera (Inti Solar), a company engaged in the field of solar water heaters and has been a pioneer for more than 60 years.

This work is realized in the form of a 6-minute video that displays the company profile, vision-mission, core values, development history, to achievements and testimonials from the company's main figure, namely the director. The distribution strategy is carried out through digital channels such as YouTube, Instagram, and the company's official website, accompanied by promotional support through Google Ads. The evaluation was carried out using analytical data from YouTube Studio and Google Ads to measure in reaching the target audience and building engagement and the implementer also provided an evaluation with several methods that had been carried out and considerations for developing the utilization to the company.

The results of the evaluation on the digital platform showed an increase in the number of views, interactions, and awareness of the Inti Solar brand among digital audiences, especially those of productive age. In addition, there is an evaluation from the Company, the target audience and implementer are able to explain how the implementation of the company profile video has been in accordance with the company's needs and then the written evaluation material becomes the company's reference after successfully having the first company profile video. This video has proven to be good for use as an audio-visual communication media that is able to introduce the company professionally and attractively to reach the brand awareness pyramid at the brand recognition point. Moreover, this video has also succeeded in establishing cooperation with new partners because of the implementation of Inti Solar. This implementation is expected to be a relevant and adaptive digital branding strategy model for companies in the modern communication era.

Keywords: brand awareness, company profile video, digital strategy, visual communication