BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Penciptaan Karya

Perusahaan adalah entitas yang dibentuk dengan tujuan menghasilkan uang. Perusahaan menghadapi tantangan dan peluang yang semakin kompleks sebagai akibat dari globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki latar belakang yang kuat.

Michael Porter (1985), seorang ahli strategi bisnis, mengatakan, "Keunggulan kompetitif berasal dari menciptakan nilai yang besar bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaing." Pernyataan ini menunjukkan bahwa perusahaan harus memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk membuat barang dan jasa yang unggul. Melalui pendekatan ini, dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk menjawab kebutuhan pasar sekaligus membangun keunggulan yang kompetitif di tengah persaingan.

Selain itu, seperti yang dinyatakan Peteer Drucker (1974), "Perusahaan yang tidak memiliki tujuan yang jelas akan berakhir tanpa arah", tujuan harus menjadi dasar dari keputusan dan tindakan yang diambil perusahaan. Penetapan tujuan yang spesifik memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya serta mengoptimalkan seluruh upaya demi merealisasikan target yang telah ditentukan.

Profil perusahaan video telah menjadi alat penting untuk komunikasi dalam dunia bisnis yang serba digital saat ini. Dengan menggunakannya, perusahaan dapat membangun dan memperkenalkan citra publik mereka. Banyak orang harus tahu suatu perusahaan yang baik. Seiring dengan ketatnya persaingan di berbagai sektor industri, bisnis dituntut untuk mengomunikasikan informasi secara persuasif dan tepat sasaran. Profil atau profil perusahaan adalah salah satu cara untuk memperkenalkan atau membranding perusahaan. Proses pembuatan format profil perusahaan termasuk membuat skenario untuk dimasukkan ke dalam daftar shooting, yang kemudian dibuat menjadi sebuah video yang dikemas menjadi program profil perusahaan. Penulis mengumpulkan semua informasi tentang PT Yossava Trans Logistik dalam karya mereka. Tujuannya adalah untuk mempromosikan kembali PT Yossava Trans Logistik dan mendorong orang untuk lebih memahami layanan dan keunggulannya.

Diharapkan video ini sebagai media komunikasi yang efisien guna memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam dunia logistik melalui visual yang menarik dan informasi yang mendalam. Selain memberikan informasi secara visual, mereka memiliki kemampuan untuk membuat hubungan emosional dengan audiens, yang dapat memperkuat kepercayaan serta loyalitas merek. Video ini juga guna untuk memperlebar jangkauan dan menawarkan kesempatan kerja sama baru dengan berbagai pihak. PT Yossava Trans Logistik ingin menunjukkan melalui program profile perusahaan ini bahwa mereka berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik untuk setiap klien.

1.2. Rumusan Penciptaan Karya

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan penciptaan karya ini seperti berikut: bagaimana profil PT Yossava Trans Logistik dapat membantu pertumbuhan dan pemahaman masyarakat tentang perusahaan? Bagaimana profil PT Yossava Trans Logistik diubah selama proses produksi?

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

Setiap karya yang akan dibuat adalah hasil dari peninjauan dan interpretasi yang dilakukan berdasarkan berbagai pengamatan untuk menentukan langkah-langkah yang akan diambil penulis untuk menjawab rumusan masalah di atas. Berikut ini adalah tujuan penciptaan karya:

A. Melakukan analisis terhadap komponen desain yang efektif dalam memikat atensi pelanggan maupun mitra strategis, serta mengkaji kontribusi desain terhadap pembentukan persepsi dan reputasi korporasi.

B. Hasil akhir dipengaruhi oleh proses produksi dan profil PT Yossava Trans Logistik. Mulai dari fase praproduksi, di mana foto atau video diambil, hingga proses editing, yang merupakan fase akhir produksi.

1.4. Manfaat Pencipataan Karya

1.4.1. Manfaat Akademis

Studi ini memiliki manfaat bagi bidang ilmu komunikasi itu sendiri, khususnya di bidang komunikasi bisnis, desain grafis, dan manajemen profil perusahaan. Bagaimana citra perusahaan dipengaruhi oleh proses desain visual dan produksi profil perusahaan

1.4.2. Manfaat Praktis

Studi ini memiliki manfaat bagi disiplin ilmu komunikasi itu sendiri, khususnya dalam hal komunikasi bisnis, desain grafis, dan manajemen profil perusahaan: bagaimana citra perusahaan dipengaruhi oleh desain visual dan proses pembuatan profil perusahaan.

5.3. Manfaat Sosial

Sebuah perusahaan dapat memperkenalkan diri kepada masyarakat dengan manfaat sosial, yang dapat menarik klien dan investor.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5,1. Video *Company Profile*

Profil perusahaan video, juga dikenal sebagai "Vidio Profil Perusahaan", adalah alat penyampaian informasi yang menyeluruh yang memungkinkan sebuah perusahaan untuk memperkenalkan identitas dan nilai-nilainya kepada orang-orang seperti calon pelanggan, mitra bisnis, dan investor. Menurut Kurniawan (2020), video ini berperan sebagai media informasi, mencakup sejarah, visi, misi, tujuan, struktur organisasi, layanan utama, dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, penggunaan detail kontak dalam video bertujuan untuk mengedukasi serta mengarahkan audiens agar lebih mendalami produk yang ditawarkan.

Video profil merupakan media yang representatif untuk menyampaikan pesan secara lebih emosional sekaligus interaktif kepada audiens. Perusahaan dapat membuat cerita yang kuat yang menarik perhatian dan menarik emosi audiens dengan menggunakan elemen audio dan visual. Misalnya, perusahaan dapat menunjukkan budaya dan nilai-nilai yang diusung melalui testimoni pelanggan atau karyawan. Ini membuat konsumen lebih terhubung dengan merek.

Selain itu, profil perusahaan dapat dioptimalkan untuk diputar di berbagai platform, seperti situs web, media sosial, dan presentasi bisnis. Perusahaan dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan video mereka dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Jika dibandingkan dengan konten berbasis teks atau gambar, video cenderung mendapatkan lebih banyak interaksi dan berbagi di media sosial, menurut penelitian Prabowo (2022). Oleh karena itu, video profil perusahaan menjadi alat yang bagus untuk meningkatkan strategi komunikasi dan pemasaran perusahaan.

Kualitas produksi dan penyampaian pesan sangat penting selama proses pembuatan video profil perusahaan. Kualitas akhir video sangat dipengaruhi oleh penggunaan perakat teknis yang mumpuni, seperti kamera beresolusi tinggi dan teknik penyuntingan yang apik. Hal ini harus didukung oleh naskah yang kuat dan menarik agar pesan tersampaikan secara optimal. Oleh karena itu, profil perusahaan video tidak hanya berperan sebagai media promosi, tetapi representasi profesional yang mampu membangun impresi positif di mata audiens.

1.5.2. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah proses menyampaikan informasi kepada konsumen tentang barang atau jasa dengan tujuan memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang atau jasa tersebut. Komunikasi pemasaran yang efektif memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran pelanggan, meningkatkan citra merek, dan meningkatkan penjualan (Kotler dan Keller, 2016). Melalui video profil, perusahaan mampu menyederhanakan penyampaian pesan yang kompleks menjadi narasi yang lebih mudah dipahami sekaligus menarik bagi audiens. Ini membantu audiens memahami nilai yang ditawarkan. Ini meningkatkan komunikasi pemasaran.

1.5.3. Processing

Tinjauan pustaka tentang processing dalam konteks produksi video mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan pengolahan informasi dan teknik yang digunakan untuk menghasilkan karya audiovisual yang berkualitas. Processing diartikan sebagai serangkaian langkah yang dilakukan untuk mengubah ide atau konsep menjadi produk akhir yang dapat dinikmati oleh audiens. Dalam dunia produksi video, processing melibatkan berbagai elemen, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, yang semuanya saling berhubungan dan berkontribusi pada hasil akhir.

Pada tahap pra-produksi, processing berfokus pada perencanaan dan persiapan yang matang. Ini mencakup pengembangan naskah, pemilihan lokasi, dan pengaturan jadwal syuting. Selama fase ini, tim produksi harus melakukan riset yang mendalam untuk memastikan bahwa semua elemen yang diperlukan telah dipertimbangkan. Dengan perencanaan yang baik, tim dapat mengidentifikasi potensi masalah yang mungkin muncul dan merumuskan strategi untuk mengatasinya. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan dengan lancar dan efisien.

Selanjutnya, pada tahap produksi, processing melibatkan pengambilan gambar dan suara sesuai dengan rencana yang telah disusun. Di sini, tim teknis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua peralatan berfungsi dengan baik dan bahwa pengambilan gambar dilakukan dengan teknik yang tepat. Penggunaan teknologi modern, seperti kamera digital dan perangkat lunak pengeditan, memungkinkan tim untuk menghasilkan kualitas gambar dan suara yang tinggi. Selain itu, komunikasi yang efektif antara anggota tim selama proses ini sangat penting untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Setelah proses produksi selesai, tahap pasca-produksi menjadi fokus utama dalam processing. Pada fase ini, semua materi yang telah direkam akan diedit dan diproses untuk menciptakan video akhir. Proses editing mencakup pemilihan cuplikan terbaik, penambahan efek visual, dan pengaturan audio. Tim editor harus memiliki keterampilan yang baik dalam menggunakan perangkat lunak editing untuk memastikan bahwa video yang dihasilkan tidak hanya menonjolkan visual, namun juga mampu menyampaikan pesan utama secara transparan dan mudah dipahami. Evaluasi dan revisi juga merupakan bagian penting dari tahap ini untuk memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar yang diharapkan.

Akhirnya, penting untuk memahami bahwa processing dalam produksi video bukan hanya tentang teknik dan teknologi, tetapi juga tentang kreativitas dan kolaborasi. Setiap anggota tim, mulai dari penulis naskah hingga editor, memiliki peran penting dalam menciptakan karya yang berkualitas. Dengan menggabungkan berbagai keahlian dan perspektif, tim produksi dapat menghasilkan video yang menghibur dan menginspirasi serta informatif kepada audiens. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang processing sangat penting bagi setiap profesional di industri ini untuk mencapai kesuksesan dalam setiap proyek yang mereka kerjakan.

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA 1953
MELAYANI, BUKAN DILAYANI