

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Penciptaan Karya

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan strategi promosi di berbagai sektor, termasuk sektor pendidikan. Masyarakat kini semakin bergantung pada media digital untuk memperoleh informasi awal mengenai suatu institusi, khususnya melalui konten visual yang tersebar di *platform* daring. Media berbasis video menjadi salah satu sarana yang dinilai efektif dalam membangun persepsi, menarik perhatian *audiens*, serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap sebuah lembaga. Oleh karena itu, pemanfaatan komunikasi visual yang terencana dan profesional menjadi kebutuhan strategis bagi institusi pendidikan dalam menghadapi persaingan dan membangun citra di ruang publik digital.

Kegiatan promosi melalui media informasi memiliki peran penting dalam memperkenalkan identitas serta karakter suatu institusi kepada masyarakat luas. Seiring dengan perkembangan teknologi, bentuk *Company Profile* juga mengalami transformasi, dari yang semula hanya berupa teks dan gambar statis menjadi media audiovisual yang mampu menyajikan informasi secara lebih menarik dan komunikatif. Dalam konteks penciptaan karya ini, media video dipilih karena memiliki kekuatan visual dan naratif yang mampu menyampaikan pesan secara lebih emosional, persuasif, dan mudah dipahami oleh *audiens*, khususnya calon peserta didik dan orang tua.

Video *Company Profile* berfungsi sebagai representasi identitas dan citra sebuah institusi yang dikemas secara multimedia melalui alur cerita, visual, dan audio yang saling mendukung. Menurut Anshori (2015), *Company Profile* merupakan media *audiovisual* yang menampilkan identitas, nilai, serta pencitraan suatu organisasi secara terstruktur melalui kombinasi gambar, teks, narasi, dan musik pendukung. Dengan demikian, video *Company Profile* tidak hanya berfungsi

sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun persepsi positif dan kepercayaan publik terhadap institusi.

Dalam konteks lembaga pendidikan, video *Company Profile* memiliki peran penting sebagai media promosi dan komunikasi yang mampu menampilkan keunggulan institusi secara komprehensif. Yanuartuti dkk. (2023) menyatakan bahwa *Company Profile* dalam format video merupakan salah satu cara paling efisien bagi institusi untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh, sekaligus menarik secara visual. Hal ini menunjukkan bahwa video *Company Profile* relevan diterapkan di lingkungan pendidikan sebagai media yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dalam membangun citra lembaga.



Gambar 1. 1 Video *Sharing Room Tour* SMK Otomindo

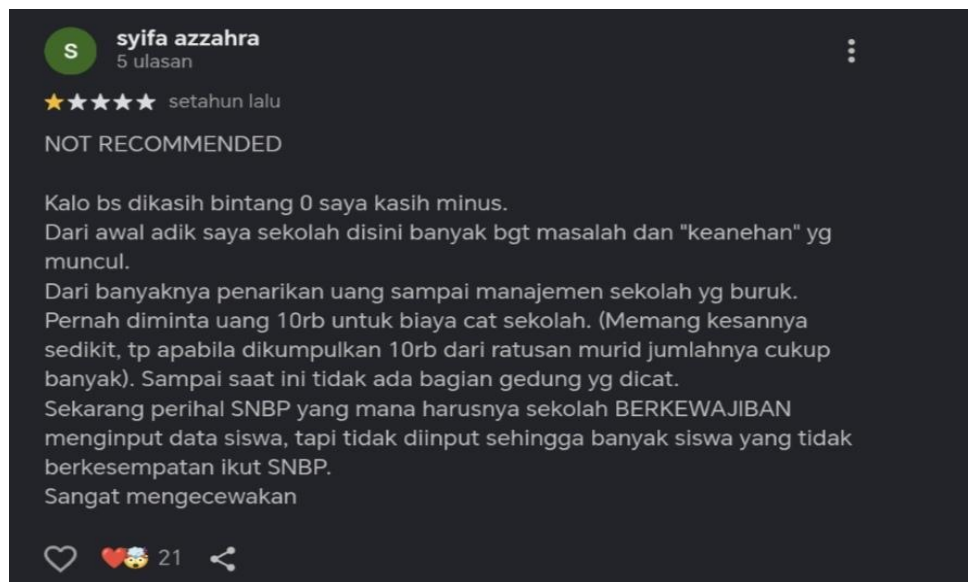
(Sumber : <https://youtu.be/1yBAiiRbZvw?feature=shared>)



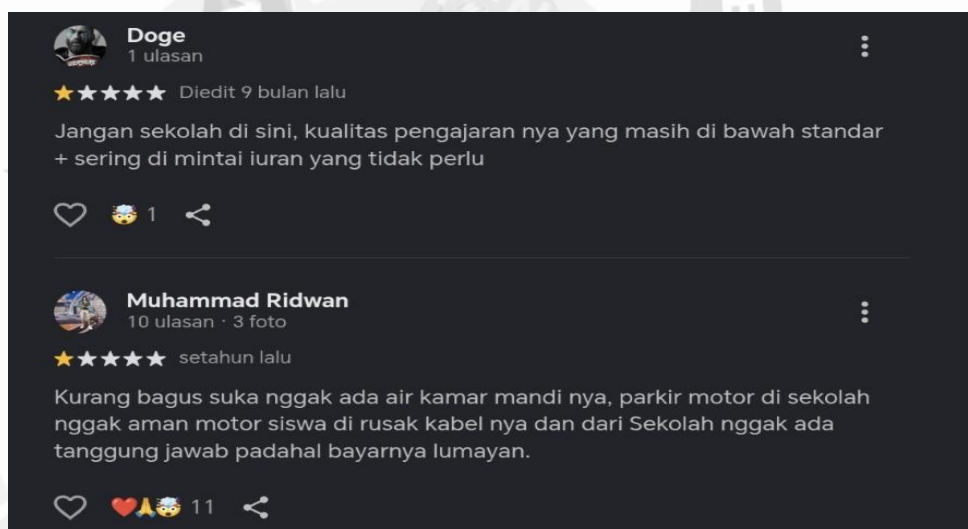
Gambar 1. 2 Video *Showing Room Tour 2021* SMK Otomindo

(Sumber : <https://youtu.be/GrAcB0Butto?feature=shared>)

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap konten media digital SMK Otomindo Jakarta, khususnya pada *platform YouTube* sekolah, ditemukan bahwa video yang telah dipublikasikan sebelumnya belum merepresentasikan format *Company Profile* yang profesional. Konten yang tersedia lebih menyerupai dokumentasi kegiatan atau *vlog* tanpa narasi terstruktur, tanpa penonjolan identitas visual sekolah, serta belum menampilkan kompetensi keahlian dan keunggulan siswa secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan pesan promosi sekolah tidak tersampaikan secara efektif kepada khalayak sasaran.



Gambar 1. 3 Ulasan tentang SMK Otomindo
(Sumber: <https://share.google/RNsSQAjARKLLzxXXs>)



Gambar 1. 4 Ulasan Google SMK Otomindo
(Sumber: <https://share.google/u67FReh97tMc07ldm>,
<https://share.google/1ovC4ir5pNFnowaSz>)

Selain itu, berdasarkan pengamatan terhadap persepsi masyarakat dan ulasan pada media sosial, SMK Otomindo menghadapi tantangan citra yang kurang positif di ruang publik digital. Persepsi tersebut berpotensi mempengaruhi tingkat kepercayaan calon peserta didik dan orang tua dalam memilih SMK Otomindo

sebagai lembaga pendidikan. Oleh karena itu, dibutuhkan media komunikasi visual yang mampu menyajikan citra sekolah secara lebih profesional, kredibel, dan representatif untuk membangun kembali kepercayaan publik.

Penciptaan video *Company Profile* dengan judul “*Melangkah Menuju Masa Depan Gemilang Bersama SMK Otomindo*” menjadi upaya strategis untuk menjawab permasalahan tersebut. Video ini dirancang tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan dan penguatan citra sekolah melalui penyajian informasi mengenai visi dan misi, kompetensi keahlian, fasilitas praktik, aktivitas siswa, serta orientasi sekolah terhadap dunia kerja dan masa depan peserta didik. Kebaruan karya ini terletak pada perannya sebagai solusi komunikasi visual yang secara khusus ditujukan untuk memperbaiki citra sekolah berdasarkan kondisi nyata dan kebutuhan institusi.

Dalam penciptaan Video *Company Profile* SMK Otomindo, *Organizer* berperan sebagai koordinator yang mengelola kebutuhan produksi agar seluruh tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi berjalan sesuai dengan perencanaan. *Organizer* bertanggung jawab mengoordinasikan jadwal produksi, kebutuhan logistik, komunikasi antar anggota tim, serta memastikan setiap proses produksi berlangsung sesuai *storyboard* dan target penyelesaian karya. Karya ini juga dirancang untuk memenuhi kepentingan publik sebagai sumber informasi yang objektif dan menarik, serta kepentingan mitra kerja sama, yaitu SMK Otomindo, sebagai media promosi dan pembelajaran berbasis proyek bagi siswa. Dengan demikian, video *Company Profile* ini diharapkan mampu berkontribusi dalam meningkatkan citra SMK Otomindo sekaligus menjadi implementasi nyata strategi komunikasi visual di bidang pendidikan kejuruan.

1.2 Rumusan Penciptaan Karya

Berdasarkan latar penciptaan karya yang telah diuraikan, karya ini dirancang dalam bentuk produksi Video *Company Profile* SMK Otomindo sebagai media komunikasi visual yang bertujuan untuk memperkuat citra sekolah serta mendukung strategi promosi di ruang publik digital. Video ini akan menampilkan identitas sekolah, visi dan misi, kompetensi keahlian, fasilitas pendukung, serta

aktivitas dan orientasi siswa terhadap dunia kerja secara terstruktur, komunikatif, dan representatif.

Rumusan penciptaan karya ini difokuskan pada bagaimana *Organizer* mengoordinasikan seluruh tahapan produksi *Video Company Profile* SMK Otomindo, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi agar proses produksi berjalan sesuai jadwal, kebutuhan produksi, dan tujuan karya, meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra-produksi, *Organizer* berperan dalam mengoordinasikan kebutuhan produksi, mengatur jadwal kegiatan, menyiapkan logistik, melakukan koordinasi dengan kru dan pihak sekolah, serta memastikan seluruh kebutuhan produksi telah siap sebelum proses pengambilan gambar dilaksanakan, pengaturan jadwal produksi, serta koordinasi tim produksi. Pada tahap produksi, *Organizer* bertanggung jawab mengoordinasikan jalannya proses pengambilan gambar sesuai *storyboard*, memastikan komunikasi antar anggota tim berjalan dengan baik, serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan produksi agar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, pengelolaan kru, serta memastikan proses produksi berjalan sesuai dengan perencanaan. Pada tahap pascaproduksi, *Organizer* mengoordinasikan proses *editing*, melakukan peninjauan hasil bersama mitra, menyampaikan masukan perbaikan kepada editor, serta memastikan hasil akhir video sesuai dengan tujuan penciptaan karya.

Melalui peran *Organizer* dalam mengoordinasikan seluruh tahapan produksi, diharapkan *Video Company Profile* SMK Otomindo dapat diselesaikan secara efektif, sesuai konsep yang telah direncanakan, serta mampu menjadi media informasi dan promosi sekolah. Dengan demikian, rumusan penciptaan karya ini menegaskan bahwa peran *Organizer* menjadi elemen penting dalam memastikan proses produksi berjalan terarah dan hasil karya yang dihasilkan mampu mendukung upaya peningkatan citra sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan latar belakang penciptaan karya yang telah diuraikan, maka rumusan penciptaan karya dalam penelitian ini adalah Bagaimana peran *Organizer* dalam mengelola tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi pada pembuatan *Video Company Profile* "Melangkah Menuju Masa Depan Gemilang

Bersama SMK Otomindo" sehingga proses produksi dapat berjalan secara terkoordinasi sesuai dengan tujuan penciptaan karya?

1.3 Tujuan Karya

Tujuan penciptaan karya *Video Company Profile* SMK Otomindo adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan peran *Organizer* dalam mengelola seluruh proses produksi *Video Company Profile* SMK Otomindo mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi.
- b. Mendukung strategi promosi sekolah dalam menghadapi persaingan penerimaan peserta didik baru melalui media komunikasi visual berbasis video yang sesuai dengan karakteristik media digital.
- c. Mengimplementasikan peran *Organizer* dalam mengelola seluruh tahapan produksi video *Company Profile*, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi, agar proses penciptaan karya berjalan terarah dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

1.4 Manfaat Penciptaan Karya

Manfaat yang diharapkan dari penciptaan karya *Video Company Profile* SMK Otomindo adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penciptaan karya ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai peran *Organizer* dalam proses produksi video *Company Profile* serta penerapan strategi komunikasi visual melalui video *Company Profile* sebagai karya berbasis praktik.

b. Manfaat Praktis

Bagi SMK Otomindo, karya ini dapat menjadi media promosi yang efektif dan berkelanjutan untuk memperkenalkan sekolah kepada calon siswa, orang tua, dan mitra industri. *Video Company Profile* ini juga dapat dimanfaatkan sebagai aset promosi jangka panjang yang dapat diperbarui sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan sekolah.

c. Manfaat Sosial

Penciptaan karya ini memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menghadirkan informasi yang lebih objektif, jelas, dan visual mengenai SMK Otomindo, sehingga membantu masyarakat dalam memperoleh gambaran yang utuh tentang sekolah serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan kejuruan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang dan rumusan penciptaan karya, diperlukan landasan teori dan konsep yang relevan sebagai dasar berpikir dalam proses penciptaan *Video Company Profile* SMK Otomindo. Oleh karena itu, bagian ini memaparkan teori, konsep, dan karya terdahulu yang berkaitan sebagai kerangka berpikir dalam penulisan karya.

a. Organizer

Produksi video *Company Profile* sebagai media promosi institusi pendidikan tidak dapat dilepaskan dari proses pengelolaan yang sistematis dan terencana. *Video Company Profile* bukan sekadar hasil karya visual, melainkan representasi identitas, nilai, dan arah institusi yang dikomunikasikan kepada publik. Oleh karena itu, keberhasilan produksi video sangat ditentukan oleh bagaimana seluruh proses dikelola secara menyeluruh sejak tahap awal hingga akhir.

Dalam konteks produksi video, peran *Organizer* menjadi elemen sentral yang memastikan keterpaduan antara konsep, pelaksanaan teknis, dan tujuan komunikasi. *Organizer* berfungsi sebagai pihak yang mengkoordinasikan berbagai unsur produksi, mulai dari kebutuhan institusi, tim kreatif, hingga sumber daya teknis. Peran ini menuntut kemampuan manajerial agar setiap tahapan produksi berjalan sesuai rencana dan tidak menyimpang dari pesan utama yang ingin disampaikan.

Landasan konseptual yang digunakan adalah teori manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Cipta et al. (2021) menjelaskan bahwa POAC merupakan rangkaian fungsi manajemen yang saling berkaitan dan bertujuan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi

dalam suatu kegiatan. *Planning* mencakup perumusan konsep, penentuan tujuan komunikasi, serta perencanaan strategi visual dan naratif. *Organizing* berfokus pada pengaturan struktur kerja, pembagian peran tim, serta pengelolaan sumber daya produksi.

Tahap *Actuating* berkaitan dengan pelaksanaan rencana produksi, termasuk pengambilan gambar, pengarahan kru, serta pengelolaan alur kerja di lapangan. Sementara itu, *Controlling* berfungsi sebagai pengawasan terhadap proses dan hasil produksi agar tetap selaras dengan konsep dan tujuan awal. Fungsi pengawasan ini penting untuk memastikan kualitas visual, konsistensi pesan, serta ketepatan waktu produksi.

Fachruddin (2017) menegaskan bahwa manajemen produksi video merupakan serangkaian aktivitas terstruktur yang dilakukan untuk menghasilkan karya audiovisual sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah disepakati. Dalam penciptaan *Video Company Profile* SMK Otomindo, *Organizer* ditempatkan sebagai pengendali utama yang mengintegrasikan konsep manajemen POAC dengan kebutuhan promosi sekolah. Dengan demikian, peran *Organizer* tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam memastikan *video Company Profile* mampu mendukung peningkatan citra institusi secara profesional.

b. Model AIDA

Keberhasilan pesan promosi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut disusun dan disampaikan kepada *audiens*. Model AIDA menjadi salah satu kerangka yang banyak digunakan untuk memahami tahapan respon *audiens* terhadap pesan promosi.

Kotler dan Keller (2022) memperkenalkan model AIDA yang terdiri dari empat tahap, yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*. Model ini menjelaskan bahwa *audiens* perlu terlebih dahulu tertarik perhatiannya sebelum membangun minat, menumbuhkan keinginan, hingga akhirnya melakukan tindakan tertentu.

Attention berkaitan dengan kemampuan media untuk menarik perhatian *audiens* sejak awal, baik melalui visual, musik, maupun narasi pembuka.

Interest berfokus pada penyampaian informasi yang relevan dan menarik agar *audiens* terdorong untuk mengikuti pesan hingga akhir. Tahap ini penting untuk menjaga keterlibatan *audiens*.

Desire bertujuan membangun keinginan *audiens* terhadap institusi yang dipromosikan dengan menonjolkan keunggulan, nilai tambah, serta manfaat yang ditawarkan. Sementara itu, *Action* diarahkan untuk mendorong *audiens* melakukan tindakan lanjutan, seperti mencari informasi lebih lanjut atau mempertimbangkan untuk mendaftar.

Dalam Video *Company Profile* SMK Otomindo, model AIDA digunakan sebagai acuan dalam penyusunan alur visual dan narasi agar pesan promosi tersampaikan secara bertahap dan efektif. Pendekatan ini mendukung peran video sebagai media promosi strategis yang selaras dengan tujuan peningkatan citra sekolah.

c. Karya Terdahulu yang Relevan

No.	Jenis Karya	Judul Karya	Analisis Teknis	Analisis Non Teknis	Acuan
I.	Binus University	BINUS UNIVERSITY Video Profile - Prospective Students	1. Kualitas visual yang terlihat sangat profesional dengan menampilkan <i>timelapse</i> kemudian <i>drone shot</i> yang sangat dinamis, dan teknik-teknik pengambilan gambar yang sangat presisi 2. Hasil <i>editing</i> yang memadukan konten visual dan informasi yang bersifat animasi, lebih memikat <i>audiens</i> untuk terus menonton 3. Penggunaan audio <i>background</i> yang terkesan pelan dan narator yang menjelaskan dengan tegas dan	1. Video yang Memperkenalkan lingkungan, fasilitas, program dan informasi lainnya mempermudah bagi calon mahasiswa/i untuk mengenali kampus yang ingin dituju 2. Video ini juga memperlihatkan seberapa unggul sarana prasarana di kampus tersebut menunjukkan tujuan dari kampus yang memperhatikan kenyamanan bagi pelaku aktivitas di kampus itu	1. Teknik pengambilan gambar yang sangat halus, porsi dari pengambilan gambar tidak ada yang terbuang ataupun berlebihan. 2. penjelasan yang informatif secara tulisan yang bersifat animasi maupun penjelasan secara audio yang membantu memperjelas isi dari video profil Universitas Binus

			jelas memberikan kesan nyaman tetapi tidak menghilangkan aspek informatif. 4. Teknik pengambilan kamera yang memperlihatkan detail-detail dari fasilitas di sana membuat seolah-olah <i>audiens</i> merasakan sendiri pengalaman beraktivitas dalam kampus tersebut		
II.	SMK-SMTI Yogyakarta	SMK Negeri Terbaik: Profil SMK-SMTI Yogyakarta Tahun 2024	1. <i>Editing</i> yang terlihat profesional memadukan animasi dan juga pergerakan pengambilan gambar yang dinamis sehingga membuat video tampak lebih menggugah dan menarik perhatian <i>audiens</i> 2. Perpaduan efek audio seperti suara mesin pemotong, dan juga teknik pengambilan gambar yang sangat berkesinambungan menciptakan kesan nyata dalam video. 3. Pengisi audio informasi yang jelas dan energik membuat informasi yang disampaikan melekat di benak <i>audiens</i>	1. Video yang tidak monoton dan interaktif membuat <i>audiens</i> lebih menikmati video tersebut. 2. Video yang menjelaskan semua sarana prasarana yang ada menjelaskan bahwa SMK tersebut layak disebut SMK Negeri terbaik. 3. Pembuatan video <i>Company Profile</i> ini bertujuan untuk media promosi SMK dan memperkuat citra sekolah	1. Teknik <i>editing</i> yang sangat baik membuat video lebih terkesan hidup dan lebih interaktif membawa <i>audiens</i> lebih dalam mengenal sekolah tersebut. 2. Penggunaan peserta didik sebagai <i>talent</i> yang lebih mengenal program sekolah dan terkesan lebih <i>relate</i> kepada target <i>audiens</i> menjadi acuan untuk pembuatan video <i>Company Profile</i>.

Tabel 1. 1 Referensi Karya Terdahulu