

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMA FRESH SEBAGAI  
MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA  
PERUSAHAAN YANG INFORMATIF**

**SKRIPSI KARYA**

Oleh :

**KEVIN KENNEDY SIMANJUNTAK  
2271650062**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2026**

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMA FRESH SEBAGAI  
MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA  
PERUSAHAAN YANG INFORMATIF**

**SKRIPSI KARYA**

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

Oleh:

KEVIN KENNEDY SIMANJUNTAK  
2271650062



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2026



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

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

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Kennedy Simanjuntak

NIM 2271650062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMA FRESH SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN YANG INFORMATIF"** 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... 20 - Juli - 2026



**Kevin Kennedy Simanjuntak**



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMA FRESH SEBAGAI MEDIA**  
**PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN**  
**YANG INFORMATIF**

Oleh:

Nama : Kevin Kennedy Simanjuntak

No. Induk Mahasiswa : 2271650062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat / Jurnalisme Multimedia

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, 20 Juli - ....2026

Menyetujui,  
Pembimbing

(Singgih Sasongkoh S.IP., M.Si.)

NIDN: 9905004513

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

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

NIDN: 0306108902



(Dr. Verdinand Robertus, M.Soc. Sc.)

NIDN: 314028602



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

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

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada 30 juni 2026 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 : Kevin Kennedy Simanjuntak  
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650062  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMA FRESH SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN YANG INFORMATIF"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

| Nama Penguji                          | Jabatan dalam Tim Penguji | Tanda Tangan                                                                          |
|---------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A | Sebagai Ketua             |  |
| 2. Julian Andretty, S.I.Kom., M.I.Kom | Sebagai Anggota           |  |
| 3. Singgih Sasongkoh S.IP., M.Si.     | Sebagai Anggota           |  |

Jakarta, 20 juli 2026



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

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

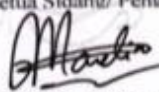
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Kevin Kennedy S  
Nomor Induk Mahasiswa : 2217650062  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DISMAFRESH SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN YANG INFORMATIF**

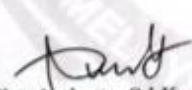
Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 15 juli 2026

Jakarta, 20 juli 2026

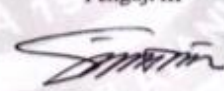
Menyetujui,  
Ketua Sidang/ Penguji I

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

Penguji II

  
(Julian Andretty, S.I.Kom., M.I.Kom)

Penguji III

  
(Singgih Sasongkoh S.IP., M.Si)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jl. Meyjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Faks (021) 80886884  
Email: [fasipol@uki.ac.id](mailto:fasipol@uki.ac.id), Homepage: <http://www.uki.ac.id/>

#### PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

|                       |                                                                                                                                   |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama Mahasiswa        | : Kevin Kennedy Simanjuntak                                                                                                       |
| Nomor Induk Mahasiswa | : 2271650062                                                                                                                      |
| Fakultas              | : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik                                                                                                    |
| Program Studi         | : Ilmu Komunikasi                                                                                                                 |
| Jenis Tugas Akhir     | : Skripsi Karya                                                                                                                   |
| Judul Skripsi         | : <b>PERANCANGAN COMPANY PROFILE DISMA FRESH SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN YANG INFORMATIF</b> |

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 Non-eksklusif 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 pemilik 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, 20 Mei 2026

Yang menyatakan,

Kevin Kennedy Simanjuntak

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, penyertaan, hikmat, serta berkat-Nya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi karya yang berjudul “Perancangan *company profile* disma fresh Sebagai Media Pemasaran Digital Dalam Membangun Citra Perusahaan Yang Informatif” dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi karya ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Di tengah perkembangan era digital yang semakin pesat, media komunikasi visual tidak lagi hanya menjadi alat penyampai informasi, tetapi juga menjadi jembatan yang membangun identitas, kepercayaan, dan hubungan antara perusahaan dengan publiknya. Berangkat dari pemahaman tersebut, saya menghadirkan karya berupa video *company profile* sebagai bentuk implementasi komunikasi visual yang informatif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Saya percaya bahwa sebuah perusahaan tidak hanya dikenal dari produk atau layanan yang dimiliki, tetapi juga dari bagaimana cerita, nilai, dan profesionalismenya mampu disampaikan secara bermakna kepada masyarakat.

Selama proses penyusunan karya ini, saya menyadari bahwa perjalanan akademik tidak selalu berjalan dengan mudah. Berbagai tantangan, keterbatasan, revisi, hingga proses pembelajaran menjadi bagian penting yang membentuk kedewasaan berpikir, tanggung jawab, dan semangat untuk terus berkembang. Namun, melalui dukungan, doa, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak, karya ini akhirnya dapat diselesaikan dengan penuh rasa senang.

Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia, kesehatan, kekuatan, serta hikmat-Nya selama proses penyusunan skripsi karya ini; kepada kedua keluarga di rumah yang selalu memberikan dukungan moral, kasih sayang, serta motivasi tanpa henti dengan prinsip untuk tidak mengeluh, menjalani saja prosesnya, dan percaya bahwa semua pasti bisa dilewati; kepada Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, kritik, serta masukan membangun; serta kepada seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia atas ilmu, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama masa perkuliahan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada pihak PT Disma Permata Sejahtera (Disma Fresh) atas kesempatan, data, dan dukungan selama proses observasi hingga produksi, disertai permohonan maaf kepada teman-teman Disma yang selalu bersedia direpotkan di tengah jam

operasional kerja, terkhusus untuk Bang Bagus, Bu Sifa, Bang Ripai, Bang Hilman, sang Master of Ceremony Bang Sandi, serta Kak Harwin—big appreciate atas bantuan kalian hingga akhir penghujung skripsi karya ini. Rasa terima kasih yang mendalam juga saya tujukan kepada tim produksi dan seluruh rekan yang membantu perancangan video *company profile* ini hingga selesai, terkhusus untuk Mario Gunawan dan Vincentia Deva yang telah menjadi partner terbaik di saat situasi sedang chaos; sungguh tidak menyangka sebentar lagi kita akan lulus, dan meski ada satu dua kendala, saya percaya kita semua pasti lolos, santai saja. Akhir kata, terima kasih pula kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. saya menyadari bahwa skripsi karya ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi pengembangan karya yang lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata, saya berharap karya ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis, praktis, maupun sosial, serta menjadi referensi dan inspirasi bagi mahasiswa, pelaku industri kreatif, maupun perusahaan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan pembangunan citra perusahaan yang lebih informatif dan profesional.

**Jakarta, 19 Juli 2026**

Penulis,



**Kevin Kennedy Simanjuntak**

## DAFTAR ISI

|                                                          |             |
|----------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>                  | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>  |             |
| <b>.....</b>                                             | <b>III</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>  | <b>IV</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>  | <b>V</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b> | <b>VI</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                               | <b>VIII</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                   | <b>XI</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                | <b>XIII</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                | <b>XIII</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                             | <b>XIV</b>  |
| <b>Abstrak.....</b>                                      | <b>XV</b>   |
| <b>Abstract.....</b>                                     | <b>XVII</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Penciptaan Karya .....                         | 1           |
| 1.2 Rumusan Penciptaan Karya .....                       | 5           |
| 1.3 Tujuan Karya.....                                    | 5           |
| 1.4 Manfaat Karya.....                                   | 6           |
| 1.4.1 Manfaat Akademis.....                              | 6           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                              | 6           |
| 1.4.3 Manfaat Sosial .....                               | 7           |
| 1.5 Tinjauan Pustaka .....                               | 7           |
| 1.5.1 <i>Company profile</i> .....                       | 7           |
| 1.5.2 Peran Video dalam Pemasaran Digital .....          | 7           |
| 1.5.3 Citra Perusahaan .....                             | 8           |
| 1.5.4 <i>Planner</i> .....                               | 8           |
| 1.5.5 Informatif.....                                    | 9           |
| 1.5.6 Referensi Karya .....                              | 9           |
| <b>BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA .....</b>           | <b>13</b>   |

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1 Deskripsi Karya.....                               | 13        |
| 2.1.1 Analisis hasil riset data .....                  | 15        |
| 2.1.1.1 Obeservasi .....                               | 15        |
| 2.1.1.2 Wawancara .....                                | 16        |
| 2.1.1.3 Analisis Target Audiens .....                  | 17        |
| 2.1.1.4 Analisis Kompetitor.....                       | 17        |
| 2.1.2 Rencana Konsep Kreatif.....                      | 19        |
| 2.1.3 Perencanaan Teknis .....                         | 20        |
| 2.1.4 Wishlist (Daftar Keinginan) .....                | 21        |
| 2.1.5 Sinopsis.....                                    | 21        |
| 2.1.6 <i>Storyboard</i> .....                          | 22        |
| 2.1.7 Rincian Anggaran .....                           | 29        |
| 2.1.8 Jadwal Pelaksanaan .....                         | 30        |
| 2.2 Objek Karya .....                                  | 32        |
| 2.3 Target Publikasi .....                             | 33        |
| <b>BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA .....</b> | <b>34</b> |
| 3.1 Pelaksanaan Pembuatan Karya .....                  | 34        |
| 3.2 Pembahasan Karya .....                             | 39        |
| 3.3 Analisis Karya.....                                | 43        |
| 3.3.1 Integrasi Narasi dan Visual.....                 | 44        |
| 3.3.2 Efektivitas Pesan dan <i>Branding</i> .....      | 45        |
| 3.4 Analisis Prospek Publikasi Karya .....             | 45        |
| 3.4.1 Strategi Distribusi Media Digital.....           | 46        |
| 3.4.2 Dampak terhadap Citra Perusahaan .....           | 47        |
| 3.5 Perbandingan Karya Melalui Analisis Swot .....     | 48        |
| 3.5.1 Strengths .....                                  | 49        |
| 3.5.2 Weaknesses.....                                  | 50        |
| 3.5.3 Opportunities .....                              | 50        |
| 3.5.4 Threat.....                                      | 51        |
| 3.6 Evaluasi Penciptaan Karya.....                     | 51        |
| <b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>               | <b>61</b> |
| 4.1 Kesimpulan .....                                   | 61        |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| 4.2 Saran.....             | 62        |
| 4.2.1 Saran Akademis ..... | 62        |
| 4.2.2 Saran Praktis .....  | 64        |
| 4.2.3 Saran Sosial .....   | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>66</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>68</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Referensi Karya.....                             | 11 |
| Tabel 2.1 Deskripsi Karya .....                            | 14 |
| Tabel 2.2 Analisis Kompetitor .....                        | 18 |
| Tabel 2.3 <i>Storyboard</i> .....                          | 22 |
| Tabel 2.4 Gambar Referensi <i>Storyboard</i> .....         | 25 |
| Tabel 2.5 Rincian Anggaran .....                           | 29 |
| Tabel 2.6 Jadwal Pelaksanaan.....                          | 30 |
| Tabel 3.1 <i>To do list</i> proses produksi .....          | 37 |
| Tabel 3.2 Gambar <i>storyboard</i> sebelum pembaruan ..... | 52 |
| Tabel 3.3 Gambar <i>storyboard</i> sesudah pembaruan.....  | 55 |
| Tabel 3.4 Laporan Pengeluaran.....                         | 59 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 <i>Opening logo</i> Disma Fresh.....   | 25 |
| Gambar 2.2 Gambar <i>Scene</i> Gudang .....       | 26 |
| Gambar 2.3 Produk Segar dan Berkualitas .....     | 27 |
| Gambar 2.4 Wawancara dan <i>Testimoni</i> .....   | 27 |
| Gambar 2.5 Data dan Keunggulan .....              | 28 |
| Gambar 2.6 <i>Scene Closing</i> .....             | 28 |
| Gambar 2.7 Akun instagram disma fresh.....        | 33 |
| Gambar 3.1 <i>Opening</i> .....                   | 52 |
| Gambar 3.2 Proses Distribusi bahan pangan .....   | 52 |
| Gambar 3.3 <i>Review</i> Produk.....              | 52 |
| Gambar 3.4 Wawancara <i>Owner</i> .....           | 53 |
| Gambar 3.5 Proses pengantaran sejabodetabek ..... | 54 |
| Gambar 3.6 <i>Closing logo</i> .....              | 55 |
| Gambar 3.7 <i>Scene 1</i> .....                   | 55 |
| Gambar 3.8 <i>Scene 2</i> .....                   | 56 |
| Gambar 3.9 Produk Segar dan Berkualitas .....     | 56 |
| Gambar 3.10 Wawancara dan <i>testimoni</i> .....  | 57 |
| Gambar 3.11 <i>Data dan Keunggulan</i> .....      | 57 |
| Gambar 3.12 <i>Scene Closing</i> .....            | 58 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 <i>Memorandum of Agreement</i> .....                  | 68 |
| Lampiran 2. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 69 |
| Lampiran 3. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 70 |
| Lampiran 4. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 71 |
| Lampiran 5. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 72 |
| Lampiran 6. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 73 |
| Lampiran 7. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 74 |
| Lampiran 8. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 75 |
| Lampiran 9. <i>Memorandum of Agreement</i> (sambungan) .....     | 76 |
| Lampiran 10. <i>Implementation Arrangement</i> .....             | 77 |
| Lampiran 11. <i>Implementation Arrangement</i> (sambungan) ..... | 78 |
| Lampiran 12. <i>Implementation Arrangement</i> (sambungan) ..... | 79 |
| Lampiran 13 Surat <i>Lisensi Backsound</i> .....                 | 80 |
| Lampiran 14. Surat Pernyataan Bebas Hak Cipta .....              | 81 |
| Lampiran 15 Dokumentasi .....                                    | 83 |

## Abstrak

Perkembangan media digital mendorong perusahaan untuk mengubah strategi pemasaran mereka agar lebih modern, komunikatif, dan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. *video company profile* merupakan salah satu jenis media yang terbukti efektif dalam membangun citra bisnis yang informatif. Namun, PT Disma Permata Sejahtera (Disma fresh) masih menghadapi tantangan dalam memperkuat identitas perusahaan dan meningkatkan daya tarik promosi di tengah persaingan yang semakin ketat dalam bisnis distribusi pangan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah mengembangkan *video company profile* sebagai alat pemasaran digital yang dapat memperkuat identitas perusahaan, menumbuhkan profesionalisme, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap layanan disma *fresh*. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik seperti observasi, dokumentasi, dan produksi audio-visual yang mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Proses perancangan dilakukan melalui pengumpulan data perusahaan, penerapan konsep kreatif, pembuatan *storyboard*, penggambaran aktivitas operasional, pengelolaan perusahaan, serta proses pembuatan video dengan elemen visual tambahan seperti *motion graphics* dan narasi suara. Hasil dari karya ini adalah *video company profile* berdurasi lima hingga sepuluh menit yang menonjolkan identitas, layanan, visi, misi, dan komitmen disma *fresh* dengan cara yang lebih profesional, komunikatif, dan menarik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dapat menjadi alat pemasaran digital yang informatif untuk meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat kredibilitas, dan kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: *company profil*, pemasaran digital, citra perusahaan, media audio visual, disma *fresh*. Informatif

## Abstract

*The development of digital media has prompted companies to revamp their marketing strategies to make them more modern, communicative, and capable of reaching a wider audience. company profile videos are a type of media that has proven effective in building an informative business image. However, PT Disma Permata Sejahtera (Disma Fresh) still faces challenges in strengthening its corporate identity and enhancing the appeal of its promotions amid increasingly fierce competition in the food distribution business. Therefore, the objective of this study is to develop a company profile video as a digital marketing tool that can strengthen the company's identity, foster professionalism, and increase public trust in Disma Fresh's services. The research methodology employed is a qualitative descriptive approach using techniques such as observation, documentation, and audio-visual production encompassing pre-production, production, and post-production. The design process was carried out through the collection of company data, the application of creative concepts, the creation of storyboards, the depiction of operational activities and company management, as well as the video production process with additional visual elements such as motion graphics and voice-over narration. The result of this project is a five- to ten-minute company profile video that highlights Disma Fresh's identity, services, vision, mission, and commitment in a more professional, communicative, and engaging manner. The findings of this study indicate that it can serve as an informative digital marketing tool to enhance the company's reputation, strengthen its credibility, and build customer trust.*

*Keywords: company profile, digital marketing, corporate image, audio visual media, disma fresh, Informative,*