

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile adalah deskripsi atau gambaran mengenai sebuah perusahaan yang memberikan informasi seperti sejarah dari perusahaan, status bisnis perusahaan, visi dan misi dari perusahaan, cerminan kualitas dan kinerja perusahaan, serta apa yang ditawarkan dari suatu perusahaan baik itu berupa produk maupun jasa (Budiman, Adri, & Irfan, 2016). *Company profile* memiliki peranan yang cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempresentasikan perusahaannya kepada klien tanpa perlu bertemu secara langsung. Selain itu manfaat lain dari *company profile* adalah dapat mempersingkat pertemuan dan penjelasan terhadap klien karena informasi yang dibutuhkan klien sudah kita berikan seperti apa yang ditawarkan perusahaan, kualitas, dan status bisnis perusahaan. *Company profile* yang bagus juga dapat memberikan kesan yang positif bagi klien serta dapat membuat tingkat kepercayaan klien meningkat terhadap kinerja dan reputasi perusahaan (Liem, Erandaru, & Ryan, 2015). Di zaman yang sudah modern ini, sudah banyak jenis *company profile* yang dapat kita temukan di berbagai macam perusahaan salah satunya adalah dalam bentuk video.

Company profile dalam bentuk video mempunyai manfaat tersendiri dan termasuk salah satu bentuk yang paling fleksibel. Di zaman sekarang, video sudah bisa ditemukan hampir dimana saja, oleh karena itu *company profile* yang disajikan dalam bentuk video bisa dipublikasikan secara luas, dapat menjangkau lebih banyak penonton, dan memberikan visualisasi perusahaan yang hanya bisa

didapatkan melalui video (Abrianti & Ibrahim, 2017). Apalagi sekarang ini hampir setiap orang mempunyai *handphone* dan bermain *social media* sehingga informasi sudah bisa diakses darimana saja dan kapan saja secara digital.

Pengaruh *social media* saat ini sangat terasa di berbagai kalangan masyarakat dan digunakan untuk berbagai macam tujuan (Alalwan, Rana, Dwivedi, & Algharabat, 2017). Sebelumnya, *social media* hanya digunakan sebagai tempat untuk berkomunikasi seperti *chatting* dan *video call*, tetapi saat ini sudah banyak yang menggunakan *social media* untuk tujuan lain seperti iklan, *endorse*, promosi, maupun *company profile*. Seiring meningkatnya perkembangan dan penggunaan *social media*, bisa dirasakan banyak perusahaan pun mulai terjun kedalam dunia *social media* untuk mendeskripsikan perusahaannya, mulai dari startup hingga perusahaan yang sudah berdiri sejak lama. *Social media* saat ini sudah mendukung penampilan video sehingga penggunaan video dalam menunjukkan *company profile* dapat diimplementasikan dengan gampang kedalam *social media* seperti Facebook.

Facebook dikategorikan sebagai media sosial yang memiliki tipe *social networking*, merupakan jenis media sosial yang memiliki interaksi antara pengguna dan ada diskusi serta *sharing* yang terjadi (Furner, Racherla, & Babb, 2015). Facebook juga menjadi media sosial yang paling populer dan memiliki pengguna aktif paling banyak sehingga tepat untuk menjadi sarana pengenalan bagi masyarakat umum (Allagui & Breslow, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas dan kendala yang dialami PT. Super Mandiri Pratama karena kurangnya penyebaran informasi ke masyarakat sehingga masyarakat tidak tahu bahwa dilokasi tersebut terdapat jasa renovasi rumah, maka

penulis berencana akan mengimplementasikan sebuah video *company profile* yang berisikan profil dari perusahaan, status bisnis perusahaan, jasa apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan dan kelebihan dari perusahaan tersebut. Dengan ini

penulis memilih judul laporan Kerja Praktek (KP) ini dengan judul **“Perancangan dan Implementasi Video *Company Profile* Sebagai Media Pengenalan untuk PT. Super Mandiri Pratama”**.

1.2 Ruang Lingkup

Berhubung dengan pembahasan topik ini agar tersusun lebih terarah, maka ruang lingkungnya sebagai berikut:

1. Pemberian informasi yang diperlukan mengenai PT. Super Mandiri Pratama.
2. *Company profile* ini akan didistribusikan melalui media sosial Facebook.
3. Software yang digunakan untuk membuat video *company profile* ini adalah *Davinci Resolve 15*.
4. Alat yang akan digunakan untuk membuat video *company profile* ini adalah kamera mirrorless Sony A7III.

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan KP dengan judul Perancangan dan Implementasi Video *Company Profile* untuk PT. Super Mandiri Pratama ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan PT. Super Mandiri Pratama kepada masyarakat umum.
2. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk mempraktekkan keahlian ilmu yang telah di pelajari di Universitas Internasional Batam (UIB).
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana 1 (S-1).

4. Memberi kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman kerja di bidang multimedia.

1.4 Luaran Proyek

Hasil akhir yang di dapat dari KP ini adalah berupa video *company profile* yang akan diimplementasikan di facebook PT. Super Mandiri Pratama dalam bentuk video.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang di dapat dengan adanya laporan KP ini bagi kedua belah pihak yaitu:

1. Manfaat bagi PT. Super Mandiri Pratama dengan adanya video *company profile* ini diharapkan pelanggan dapat mengenal, mengetahui dan tertarik untuk menggunakan jasa PT. Super Mandiri Pratama.
2. Manfaat bagi penulis dengan merancang video *company profile* ini adalah bisa memperdalam ilmu yang telah didapatkan dari Universitas Internasional Batam dan mendapatkan pengalaman KP.
3. Manfaat bagi akademisi yaitu memiliki mahasiswa yang terpelajar dan berpengalaman di dunia kerja.

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan KP, maka KP ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka sebagai bahan pertimbangan penulis untuk meneliti laporan ini dan mempertimbangkan landasan teori yang berkaitan dengan *video company profile* untuk PT. Super Mandiri Pratama.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memuat tentang identitas PT. Super Mandiri Pratama, cara kerja, dan sistem yang digunakan untuk mendukung kegiatannya.

BAB IV METODOLOGI

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai metode yang diterapkan untuk mengimplementasikan penelitian dan pengembangannya.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis data yang di peroleh dari pengumpulan data dan informasi PT. Super Mandiri Pratama dan kendala dalam implementasi

BAB VI IMPLEMENTASI

Di bab ini berisi tentang hasil dari rancangan video *Company Profile* yang telah dibuat meliputi langkah yang diterapkan dalam pembuatan *storyboard, shooting* dan *editing*.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan kerja praktek yang terdiri dari kesimpulan dan saran.