

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*Company Profile* adalah sistem informasi tentang suatu instansi yang dibagikan melalui media promosi yang bermaksud untuk menyampaikan informasi tentang apa saja yang berhubungan dengan perusahaan (Laksono, Damayanti, & Petra, 2013). Wujud media yang dinilai dapat dijadikan penyangga dalam promosi adalah media video bagaikan melalui sebuah *company profile* yang digunakan sebagai instrumen berkomunikasi dan selaku media pemasaran produk (Saputra, Macario, Maulana, & Mustaqim, 2015). Contoh *video company profile* seperti *video* profil perusahaan PT. Propan Raya yang bertujuan mengakrabi pelanggan dengan memberi tahu kelebihan perusahaan seperti kepentingan finansial, kapasitas, kualitas, kemampuan dan pengalaman menjalani dan mengembangkan bisnis yang bisa diandalkan (Haryanto & Nugroho, 2015).

Pada prinsip promosi didefinisikan sebuah bentuk hubungan pemasaran dan aktivitas yang membagikan informasi, mempengaruhi atau memikat pasar tujuan atas perusahaan dan hasilnya sehingga bisa menerima dan teguh pada produk yang didistribusikan perusahaan yang berhubungan (Wahyuni, Miftahurrachmah, & Purwa, 2017). Terdapat beberapa bentuk promosi yang sering digunakan, yaitu: *Video Advertising & Personal Selling* (D. Lembang, 2010). Penjelasan menyinggung perusahaan dan produknya secara grafik ataupun verbal yang mempertunjukkan *corporate value*, *product value* dan keunggulan perusahaan dibandingi pelawan adalah *company profile* bisa sebagai media untuk promosi. Dapat disimpulkan bahwa *company profile* dapat menggambarkan ciri khas perusahaan yang berisikan keunggulan sebuah perusahaan sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya (Anggriawan, 2016). Salah satu contohnya seperti *video* promosi Wisata Kayangan Api berbasis videografi yang berisi informasi serta pesan untuk masyarakat luas mengenai apa sajakah yang dapat ditemui didalam lokasi Kayangan Api, desain dan pemandangan kecantikan alam yang hanya dimiliki satu-satunya oleh Kayangan Api Bojonegoro dan juga memiliki banyaknya sejarah dan wawasan yang perlu diletakkan agar bisa meningkatkan wisatawan dari luar area Bojonegoro ataupun Jawa Timur (Firdaus, 2017).

Video dapat memberikan informasi audio visual berupa rekaman adegan yang tidak hanya berupa gambar atau suara (Indriani & Nugroho, 2014). Video promosi dipahami efektif karena mampu mengemukakan bukan hanya visual untuk dilihat, tetapi visual bentuk, visual suara, visual gerak, dan visualisasi pengalaman (Nastiti, 2013). Dalam menayangkan media visual ini informasi

seputar lingkup bisnis, organisasi, produktiviti serta komitmen terhadap konsumen dapat ditampilkan dengan ampuh (Indriani & Nugroho, 2014). *Company profile* dapat berbentuk video dikarenakan dapat mengemukakan ide, gagasan, atau rencana yang bermaksud untuk memperkenalkan pribadi atau organisasi dan juga sebuah produk (Anggriawan, 2016).

PT. Customade Costume and Merchandise adalah perusahaan yang berjalan di bidang pembuatan *costume*, *mascot* dan juga *property* namun PT. Customade Costume and Merchandise tidak mempunyai sebuah *Company Profile* dalam bentuk video untuk mempromosikan produk-produk yang dibuat. Diperlukan media video sebuah *company profile* untuk perusahaan tersebut agar dapat meningkatkan jumlah calon pembeli dan penyewa dari produk yang ditawarkan serta memberikan informasi yang berkaitan dengan PT. Customade Costume and Merchandise sehingga produk yang ditawarkan dapat mudah dikenali.

Berdasarkan dasar dan latar belakang diatas dan kebutuhan perusahaan, maka penulis menganjurkan penyelesaian tersangkut permasalahan tersebut dengan merancang video *company profile* “**Perancangan dan Implementasi Video Company Profile sebagai Media Promosi PT. Customade Costume and Merchandise**”.

## 1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah video profil perusahaan PT. Customade Costume and Merchandise meliputi:

1. Dalam video ini akan dimasukkan bagian dalam perusahaan dan tata cara kerja perusahaan sebagai media promosi yang dilihat oleh masyarakat luas.
2. Perancangan video sebagai media promosi pada PT. Customade Costume and Merchandise meliputi segi pembuatan produk, alat yang digunakan dan produk-produk yang dimiliki oleh PT. Customade Costume and Merchandise seperti *mascot*, *costume*, *props* dan lain sebagainya.
3. Video ini akan didistribusikan melalui akun *channel youtube* PT. Customade Costume and Merchandise.

### 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan cetak biru dari Kerja Praktek ini atas judul “Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Sebagai Media Promosi PT. Customade Costume and Merchandise” adalah:

1. Menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh PT. Customade Costume and Merchandise dengan merancang dan mengimplementasikan *video company profile* untuk PT. Customade Costume and Merchandise.
2. Sebagai salah satu syarat untuk kelulusan matakuliah Kerja Praktek dan Strata 1 (S-1).
3. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk mempraktekkan ilmu yang telah dipelajari di Universitas Internasional Batam.

#### 1.4 Luaran Proyek

*Final project* yang berkaitan yaitu video media promosi profil perusahaan bermanfaat yang didistribusikan pada *channel youtube* perusahaan.

#### 1.5 Manfaat Proyek

Mengenai manfaat dari proyek terhadap PT. Customade Costume and Merchandise diantaranya adalah:

##### 1. Bagi Perusahaan

Meningkatkan jumlah calon pembeli dan penyewa dari produk yang ditawarkan serta untuk mendapatkan *license creator* dari Universal Pictures.

##### 2. Bagi Akademisi

Menjulang pengetahuan dan wawasan mahasiswa serta mengelaborasi ilmu teoretis mengenai perancangan media promosi berbasis video dengan skema yang telah dipelajari dan implementasi yang dilakukan pada bidang pekerjaan. Selanjutnya juga mampu diwujudkan sebagai bahan acuan dalam penyusunan kerja praktek.

##### 3. Bagi Umum

Memberikan informasi yang berkaitan dengan PT. Customade Costume and Merchandise sehingga produk yang ditawarkan dapat mudah dikenali.

##### 4. Bagi Penulis

Mengembangkan keahlian penulis untuk membuat media profil perusahaan dan pembuatan proyek selaras sesuai yang dibutuhkan pemakai.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematikan pengkajian dalam penelitian yang dibuat secara ringkas, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini dikemukakan secara garis besar tentang konteks masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini mengandung tinjauan pustaka selaku bahan evaluasi penulis terhadap penelitian ini dan dasar teori yang berhubungan dengan perancangan video profil perusahaan sebagai media promosi PT. Customade Costume and Merchandise.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menguraikan secara singkat tentang sejarah perusahaan, morfologi organisasi perusahaan dan sistem yang dipakai perusahaan untuk menanggung kegiatan operasional.

### **BAB IV METODOLOGI**

Bab ini menjelaskan metode yang diaplikasikan untuk mengimplementasikan penelitian dan perluasannya.

### **BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini mengandung ulasan data yang didapat dari pengkajian data pada setiap topik rancangan serta masalah yang ditemui dalam proses implementasi dan perancangan dari video.

## **BAB VI IMPLEMENTASI**

Bab ini berisikan implementasi video yang sudah dirancang serta dibuat dan juga pembahasan yang telah diuji coba dan kondisi setelah pengimplementasian berlangsung.

## **BAB VII PENUTUP**

Pada bab terakhir ini penulis laporan membuat konklusi dari apa yang telah dipaparkan dan dibahas untuk perancangan *Company Profile* dan petunjuk dalam perancangan video *Company Profile* akan menjadi lebih baik diwaktu yang akan datang.