

BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam pembuatan sebuah karya tentu harus terdapat sebuah teori yang dijadikan sebagai landasan dalam pembuatan. Berikut penjelasan dan teori dalam pembuatan *video company profile*.

3.1 Media

Media adalah suatu penyalur informasi kepada komunikan. Singkatnya, media adalah wadah atau sarana. Media sendiri juga tercipta untuk mendokumentasikan sesuatu. Tujuan utama dari media komunikasi adalah untuk menyajikan fakta dari suatu peristiwa.

1. Media cetak, media atau pembawa pesan yang berbasis cetak atau print out seperti majalah, buletin, koran dan sebagainya.
2. Televisi, media yang berbasis video dan audio yang di sebarluaskan menggunakan sinyal dan jaringan.
3. Radio, media yang berbasis audio yang disebarluaskan menggunakan sinyal.
4. Media sosial atau internet.

3.2 Profil perusahaan

Profil bisa dikatakan sebagai biografi dari sebuah perusahaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, biografi sendiri berarti riwayat hidup. Maka profil perusahaan dapat pula diartikan sebagai riwayat dari sebuah perusahaan.

Menurut Yuwono, Sukarno dan Ichsan (2007) menyebutkan bahwa visi adalah gambaran menantang dan imajinatif tentang peran, tujuan dasar, karakteristik, dan filosofi organisasi di masa datang yang akan menajamkan tugas-tugas strategik perusahaan. Sedangkan misi adalah definisi bisnis perusahaan harus berada pada *stakeholder* usaha.

Pada profil perusahaan terdapat hal-hal penting tentang perusahaan, hal tersebut termasuk sebagai hal yang layak diketahui oleh konsumen agar mendapat kepercayaan teradap kualitas perusahaan, hal-hal tersebut seperti:

1. Riwayat perusahaan

Rintisan perusahaan saat perusahaan dijalankan

2. Biografi pemiliki perusahaan

Penjelasan tentang biografi dari pemilik, pimpinan tinggi dan pendiri perusahaan.

3. Sejarah dan latar belakang perusahaan

Menceritakan merintis awal berdirinya perusahaan hingga menjadi seperti saat ini.

4. Visi dan misi

Menjelaskan tentang tujuan dari perusahaan dan cara pencapaiannya.

3.3 Promosi

Promosi dapat dikatakan sebagai cara dari individu maupun kelompok untuk mengenalkan suatu barang atau jasa. Kotler dalam Rangkuti (2009) mengatakan bahwa Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dan meyakinkan konsumen untuk membeli. Berdasarkan yang ditulis Sora pada pengertianku.com menjelaskan bahwa fungsi dari promosi adalah untuk menyebarkan informasi produk kepada pasar, memperoleh dan menjaga kesetiaan konsumen, dan untuk membentuk citra produk.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai media mulai dari televisi, sosial media dan internet. Pada perusahaan Arsitektural ini, promosi yang dirasa paling tepat adalah melalui internet sehingga dibuat lah video *Company Profile* yang dapat di unggah ke internet oleh perusahaan.

3.4 Video Company Profile

Menurut lumi-one.com Company Profile adalah salah satu jenis media promosi yang bisa digunakan untuk perusahaan. Media video menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik atau investor.

Berbagai macam teknik yang dilakukan oleh perusahaan dalam merebut hatipelanggan namun tak dapat dipungkiri bahwa video lebih tampak menarik daripada media lainnya. Ayopreneur.com menjelaskan bahwa terdapat beberapa keunggulan jika melakukan promosi menggunakan video yaitu saat ini perangkat yang dapat terhubung ke dunia sosial telah berkembang, audien yang selalu berbeda, media yang jauh lebih berkembang, kemampuan mengolah data sudah membaik dan

dipermudah dan dengan berbagai kemajuan tersebut maka perusahaan mampu menggapai pasar yang lebih luas.

