BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kajian Pustaka

A. Profil Perusahaan / Company Profile

Profil Perusahaan atau yang disebut juga Company profile merupakan suatu bentuk produk dari praktisi public relation yang memuat penggambaran sebuah perusahaan. (Kriyantono,2008). Dalam sebuah Company Profile tidak menjelaskan secara keseluruhan terkait perusahaan yang bersangkutan, melainkan menyampaikan poin-poin yang bisa dikonsumsi oleh publik. Adanya Company Profile mempermudah calon konsumen untuk mengenal dan mengetahui bagaimana aktivitas dari sebuah perusahaan.

Untuk memperkenalkan perusahaan melalui Company Profile terdapat beberapa aspek atau isi yang dapat masuk di dalamnya, antara lain:

1. Sejarah Perusahaan

Dalam sejarah perusahan mencakup informasi mengenai tahun berdiri, nama pendiri, asal usul perusahaan, proses terbentuknya dan lain-lain.

2. Filosofi Perusahaan

Filosofi perusahaan berisikan pandangan maupun ideologi dari perusahaan tersebut.

3. **Budaya Perusahaan**

Berisikan nilai-nilai atau konsep yang membentuk citra sebuah Perusahaan.

4. **Sambutan Pimpinan**

Berisikan sambutan dari direktur utama ataupun komisaris utama dari perusahaan untuk menyapa calon konsumen.

5. **Identitas Perusahaan**

Tentunya dalam sebuah Company Profile perlu mengenalkan bagaimana identitas sebuah perusahaan melalui logo, seragam, interior atau suasana perusahaan, kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

6. **Visi, Misi dan Strategi**

Berisikan bagaimana visi, misi dan strategi yang menjadi dasar dan komitmen sebuah perusahaan berjalan.

7. **Alamat Perusahaan**

Berisikan alamat perusahaan tersebut beserta alamat cabang perusahaan jika ada.

8. **Gambaran Sumber Daya Manusia**

Menggambarkan bagaimana SDM yang ada di dalam perusahaan. Seperti bagaimana karakter dan siapa saja figur yang berkecimpung di dalamnya, hal ini memberikan keyakinan kepada publik bahwa perusahaan tersebut dikelola oleh SDM yang berkualitas dan profesional.

9. **Sistem Pelayanan dan Fasilitas**

Hal ini menunjukkan bagaimana fasilitas yang ditawarkan serta pelayanan yang dilakukan kepada publik. Kedua hal tersebut sebaiknya digambarkan dengan menunjukkan kelebihan dan perbedaan dari kompetitor.

10. Prestasi dan Keunggulan Perusahaan

Berisikan keunggulan dan penghargaan yang sudah dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini juga termasuk program-program apa saja yang sudah pernah dilakukan, seperti program CSR (Corporate Social Responsibility).

11. Laporan Perkembangan Perusahaan (Annual Report)

Berisikan informasi terkait laba rugi perusahaan dalam upaya menjelaskan kepada publik mengenai kesehatan sebuah perusahaan.

12. Deskripsi Produk dan Jasa

Menjelaskan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk gambaran mengenai pasar, lokasi pabrik, distributor, market share, grafik pertumbuhan usaha dan lain sebagainya.

13. Program Pengembangan

Menginformasikan rencana-rencana kedepannya terkait program, pelatihan dan lain sebagainya.

Dalam pembuatan sebuah Company Profile harus menginformasikan secara faktual dan tidak mengada-ngada. Karena dengan adanya Company Profile menjadi sebuah

gambaran hidup perusahaan sebagai landasan untuk membangun sebuah kepercayaan publik. (Kriyantono, 2008)

B. Sutradara

1. Leadership (Kepemimpinan)

Sutradara yang bertanggung jawab pada sebuah karya film, TV, ikalan ataupun documenter, maka dari itu sutradara harus mempunyai jiwa kepemimpinan atau Leadership yang digunakan dalam pengkoordinasian proses dari tim produksi.

2. Creative Imagination (Imajinasi Kreatif)

Mempunyai imajinasi yang tinggi, kreatif, instan dan inovatif adalah kemampuan yang harus dimiliki setiap sutradara, dengan memiliki kepekaan terhadap seni, artistic dan kemampuan melihat karakter, warna, bentuk, komposisi serta Bahasa fiksi yang ada di sekelilingnya sutradara dengan sangat mudah membentuk daya imajinasi kreatif yang ada dalam dirinya.

3. Fiction freak

Menjadi sutradara memiliki modal yang kuat seperti suka membaca novel, menonton film, menciptakan lagu, puisi, bermain alat music, serta kegiatan yang mengasah kreatifitas karena dalam penyutradaraan sangat berkaitan dengan sebuah penciptaan karya.

4. Adventurous (Berjiwa Petualang)

Sebagai sutradara harus memiliki jiwa petualang yang besar karena dalam sebuah produksi film atau iklan mempunyai tantangan yang beragam yang mengharuskan seorang sutradara memiliki jiwa petualang yang tinggi.

5. Extensive Knowledge (Pengetahuan yang Luas)

Sutradara dituntut memiliki pengetahuan yang luas, seperti tentang, sejarah televisi, sejarah film, analisis media, sistem penyiaran, komunikasi massa, sosiologi, pemasaran, serta iklan televisi.

6. Keberanian

seorang yang menjadsi sutradara diharuskan memiliki jiwa yang berani karena dalam sebuah produksi film maupun iklan banyak tekanan atau pengambilan keputusan dalam waktu cepat dan juga tuntutan deadline yang justru membuat sutradara semakin kreatif.

C. Strategi Produksi / Dasar – dasar Produksi

Dalam proses produksi, tentunya sangat diperlukan penyusunan strategi agar produksi berjalan sesuai dengan tujuan. Strategi yang akan disusun dalam produksi juga bertujuan agar berjalan sesuai timeline yang telah disusun atas dasar-dasar produksi televisi. (Fachruddin, 2012). Dengan itu membutuhkan beberapa tahapan yang akan dipaparkan, sebagai berikut :

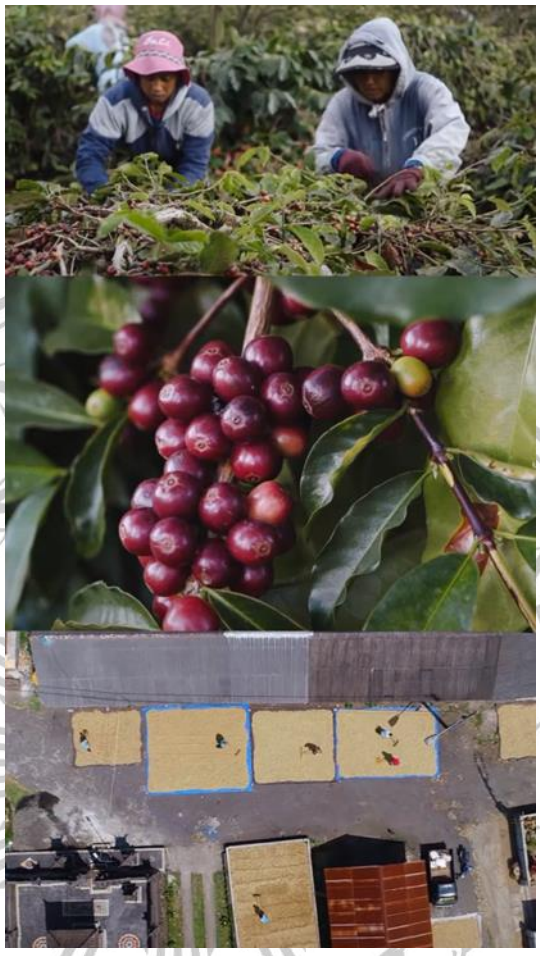
1. Tertib pada timeline yang telah dirancang.
2. Setiap pertemuan kru harus ada progress.

3. Memberikan fasilitas yang dibutuhkan, demi kenyaman keberlangsungan kru pada saat meeting.
4. Memahami aspek yang dibutuhkan oleh setiap kru teknis/non teknis.
5. Setiap meeting diharapkan menyampaikan progress nya sudah mencapai target atau belum, dan itu akan terus diberikan deadline agar tugas selanjutnya akan terselesaikan.
6. Memahami situasi kondisi pada setiap kru, agar komunikasi berjalan dengan baik.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2. Review Karya Sejenis

A. *Company Profile:* "Kopi Javanegra"



Gambar company profile "Kopi Javanegra"
Sumber (Lourdi, 2020)

Dalam company profile yang berjudul "Kopi Javanegra" sebagai salah satu referensi yang digunakan shot yang dipilih dalam company profile tersebut merupakan shot yang banyak menunjukkan kegiatan para petani khusus petani kopi secara natural dan terstruktur. Disitulah titik yang dijadikan referensi dalam pembuatan company profile kopi Sumbertangkil Bumdesa Makmur, pemilihan Company Profile.

B. *Company Profile:* "KSU Buah Ketasih"

Gambar company profile "KSU Buah Ketasih"
Sumber (Company Profile KSU Buah Ketakasi, 2021)

Dalam company profile "KSU Buah Ketasih" menonjolkan visual yang dibarengi dengan wawancara dari narasumber yang berperan dalam kegiatan tersebut, konsep perpaduan ini menjadikan video company profile yang dihasilkan menjadi lebih bervariasi dan juga mudah untuk dipahami oleh penonton, dalam wawancara diselingi dengan visual yang sesuai dengan apa yang disampaikan dalam wawancara, ini yang menjadi referensi dalam pembuatan

company profile kopi Sumbertangkil Bumdesa Makmur Sumbertangkil.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG