

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan industri di Indonesia sekarang ini berlangsung sangat pesat, seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Proses industrialisasi masyarakat Indonesia makin berkembang cepat dengan berdirinya perusahaan dan tempat kerja yang beraneka ragam. Proses yang dialami tidak hanya peningkatan, tetapi juga mengalami penurunan. Sehingga dari tahun ke tahun perindustrian di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan, baik dari sektor pertanian, kerajinan tangan, makanan, properti, dan lain sebagainya. Didalam perekonomian Indonesia saat ini industri manufaktur memegang peranan penting karena kemampuannya untuk menghasilkan produk yang dapat diperdagangkan dan juga dapat membuka lapangan kerja (Silalahi, 2014). Dalam kegiatannya industri manufaktur mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia atau dengan tangan menjadi barang jadi atau setengah jadi dan atau yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Salah satu contoh produk industri manufaktur yang sudah sangat lama berkembang di Indonesia adalah pita perekat.

Pita perekat adalah salah satu alat yang berbahan dasar karet dan dilapisi oleh perekat. Pita perekat memiliki banyak fungsi dan memiliki banyak kegunaan. Biasanya digunakan dalam kebutuhan rumah tangga, kebutuhan kantor, kebutuhan pabrik. Dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, saat ini

pita perekat sudah memiliki berbagai macam jenis dan kegunaannya. Dikarenakan meningkatnya kebutuhan pasar akan pita perekat, perusahaan yang memproduksi pita perekat harus semakin bertambah dan berkembang agar dapat memenuhi kebutuhan pasar. Salah satu cara agar perusahaan dapat terus bertambah dan berkembang adalah dengan menarik investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan. Untuk menarik para investor banyak perusahaan memanfaatkan media dan internet untuk memperkenalkan produk dan perusahaan. Salah satu caranya dengan menyebarkan *company profile* secara *online* maupun *offline*. Setiap perusahaan dapat membuat *company profile* sesuai yang mereka mau atau yang mereka butuhkan. *Company profile* dapat berupa cetak yaitu brosur, buku dan juga dapat berupa digital yaitu website. Tetapi di jaman perkembangan era digital jaman sekarang banyak perusahaan membuat *company profile* mereka dalam bentuk video /*coporate video*.

Salah satu perusahaan pita perekat yang membutuhkan *corporate video* untuk *company profile* adalah PT. Ekadharma International Tbk, sebuah perusahaan publik yang bergerak dalam bidang manufaktur berbagai macam jenis pita perekat ini sudah berusia kurang lebih 37 tahun. PT. Ekadharma International Tbk sudah menjadi perusahaan publik dan telah mencatatkan namanya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya sejak tahun 1990. Seiring dengan pertumbuhan, sejak tahun 1991 perusahaan telah mulai membuka cabang dan fasilitas pendukung lainnya yang hingga kini memiliki 30 cabang di seluruh Indonesia. Berkat keuletan dan kerja keras yang baik, saat ini PT Ekadharma International Tbk. telah menjadi salah satu produsen sekaligus pemimpin pasar

pita perekat terdepan di pasar Indonesia. Untuk lebih mengembangkan perusahaan, dan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang meningkat maka diharapkan agar investor berniat untuk menanamkan modal diperusahaan ini. Untuk itu, diperlukan suatu media yang tepat dan sesuai untuk mempromosikan hal ini. Media dalam bentuk *corporate video* adalah media yang paling tepat untuk diberikan kepada calon investor.

Untuk membuat sebuah *corporate video* yang baik dibutuhkan seorang *creative director*, guna untuk menentukan konsep video yang akan dibuat. Dalam *corporate video* ini, *creative director* membuat konsep *trustworthy*. Konsep *trustworthy* yang dimaksud nantinya memperlihatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh PT. Ekadharna dalam membuat suatu produk yang berkualitas dan pendistribusian yang sangat baik.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana peran *creative director* dalam membuat konsep *trustworthy* pada *corporate video company profile* PT. Ekadharna International Tbk ?

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada laporan Tugas Akhir ini adalah peran *creative director* dalam pembuatan konsep *trustworthy* pada *corporate video company profile* PT.

Ekadharna International Tbk yang tepat berdasarkan analisis *client brief* dan analisis SWOT.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Penelitian dalam proyek Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui peran *creative director* dalam membuat konsep *trustworthy* pada *corporate video company profile* PT. Ekadharna International Tbk.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat penulisan dan pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk penulis: mengetahui lebih dalam peran *creative director* dalam pembuatan sebuah *corporate video*. Selain itu tulisan ini dibuat sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana seni dari Universitas Multimedia Nusantara.
2. Untuk pembaca: untuk menambah wawasan mengenai proses pembuatan konsep yang dialami seorang *creative director* dalam pembuatan sebuah *corporate video*.
3. Untuk universitas: menambah koleksi penemuan ilmu pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kredibilitas universitas.