

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Percetakan merupakan sebuah industri yang memproduksi tulisan maupun gambar dengan memanfaatkan tinta dan mesin cetak dalam prosesnya (Anisah, 2018). Industri ini menghasilkan banyak sekali produk, diantaranya ialah buku, koran, majalah hingga label untuk promosi. Saat ini perkembangan zaman menjadikan industri percetakan semakin bertambah, di mana hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis percetakan yang menggunakan mesin-mesin digital ataupun *offset*.

Pada awal 2020 lalu, dunia mengalami pandemi Covid-19 yang mengakibatkan dampak signifikan terhadap berbagai industri global, termasuk industri percetakan. Pandemi ini membatasi pertumbuhan pasar pada masa puncak penyebarannya. Menurut laporan Smithers (2022), konsumsi media cetak pada periode pandemi mengalami penurunan sebesar 10,4%, yaitu dari 256,2 juta ton pada tahun 2019 menjadi 229,6 juta ton. Akibat dari situasi pandemi ini, permintaan akan layanan percetakan komersial mengalami penurunan yang signifikan, sehingga berdampak negatif pada pasar.

Banyak perusahaan mengadopsi pola kerja jarak jauh, yang mengarah pada transisi menyeluruh ke proses tanpa kertas. Konsumen akhirnya secara signifikan beralih ke media digital. Selain itu, pembatalan berbagai acara mengakibatkan menurunnya permintaan akan materi promosi cetak. Strategi periklanan juga dialihkan ke media digital dan permintaan terhadap produk iklan cetak berkurang selama pandemi. Faktor-faktor ini mengakibatkan penurunan kebutuhan akan percetakan komersial, sehingga memberikan dampak besar pada pasar (Ispriadi, Putri, & Dewani, 2020).

Meskipun industri percetakan mengalami pukulan telak selama pandemi, tetapi dua tahun setelahnya di tahun 2022, Pasar Percetakan Komersial Global menunjukkan nilai USD 489,63 miliar dan diprediksi akan mengalami pertumbuhan sebesar 2,8% dari tahun 2023 hingga 2030 (Grand View Research, 2022). Meningkatnya kebutuhan dunia usaha dan perusahaan akan brosur dan pamflet selama pasca-pandemi mendorong tingginya permintaan terhadap layanan percetakan komersial. Proliferasi teknologi, seperti pengepresan yang lebih cepat dan teknologi warna serta toner baru, memungkinkan kemampuan produksi yang lebih baik dan kualitas yang unggul. Selain itu, perkembangan teknis percetakan juga telah terbukti menghadirkan efisiensi biaya dan produktivitas yang lebih baik dalam produksi massal.

Hal ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran langsung seperti materi iklan, brosur, katalog dan bahan cetak lainnya masih digunakan oleh bisnis. Media cetak dianggap sebagai pilihan yang lebih berkualitas, lebih taktis, dan profesional dibandingkan media *online*. Industri percetakan akan tetap kuat dan relevan selama manajemen percetakan dapat mengadopsi teknologi baru dalam revolusi digital, menyederhanakan kebutuhan konsumen, dan menghadirkan beragam produk dan layanan (Pratik, 2022).

Meningkatnya permintaan terhadap jasa percetakan tentunya akan meningkatkan persaingan antar perusahaan (Wiranata & Haryadi, 2013). Persaingan ini tidak hanya untuk mendapatkan konsumen, tetapi juga untuk meningkatkan teknologi terkini dalam memfasilitasi kapasitas produksi yang lebih besar, serta kualitas dan kinerja karyawan yang lebih baik. Salah satu percetakan Indonesia yang saat ini turut bersaing di dunia percetakan adalah PT Gramedia atau yang lebih dikenal dengan Gramedia Printing.

Gramedia Printing merupakan salah satu bisnis unit Kompas Gramedia yang bergerak di bidang jasa cetak koran, tabloid, buku, majalah, dan material promosi lainnya (Kompas Gramedia, 2018). Perusahaan ini berlokasi di Palmerah Selatan

dan diresmikan pada 25 November 1972 oleh Gubernur DKI Jakarta pada saat itu. Seiring adanya tuntutan penerbit dan perkembangan teknologi, Gramedia Printing menerapkan teknologi cetak jarak jauh. Hal ini menjadikan Gramedia Printing sebagai perusahaan percetakan pertama yang mampu mencetak koran dan tabloid nasional di beberapa kota secara serentak di seluruh Indonesia.

Berkembangnya teknologi sistem komunikasi turut mempengaruhi pula perkembangan industri yang ada. Hal ini terlihat pada perkembangan Gramedia Printing yang telah tumbuh memiliki cabang perusahaan di beberapa daerah. Salah satu penemuan teknologi komunikasi yang cukup penting menurut Stefan Rumatel selaku karyawan internal Gramedia Printing (Komunikasi Pribadi, 2023) adalah dengan diciptakannya “Sistem Cetak Jarak Jauh” tersebut. Terobosan ini digunakan oleh beberapa anak perusahaan Gramedia Printing Group yang didirikan pada tahun 1977, yaitu PT Bawen Mediatama (Semarang), PT Mitra Edukasi Nusantara (Semarang), PT Antar Surya Jaya (Surabaya) dan PT Medan Media Grafikatama (Medan).



Gambar 1.1 (a) Sertifikat ISO 9001, (b) Sertifikat ISO 14001, (c) Sertifikat ISO 45001
 Sumber: Arsip Perusahaan

Gamedia Printing juga memiliki komitmen terhadap kualitas yang selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan dari dalam negeri maupun luar negeri yang dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 9001:2015. Selain itu, Gamedia Printing berkomitmen terhadap pelestarian lingkungan sekitarnya dengan berupaya menangani limbah produksi, serta melakukan langkah-langkah untuk mengoptimalkan penggunaan kertas dan tinta ramah lingkungan yang dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 14001:2015. Dalam upaya bertanggung jawab terhadap keselamatan karyawan, Gamedia Printing telah menerapkan aturan yang mengharuskan penggunaan perlengkapan keselamatan oleh seluruh karyawan saat bekerja yang dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 45001:2018. Sertifikasi ISO merupakan bukti suatu perusahaan sudah memenuhi standar yang ditetapkan dalam manajemen ISO. Sertifikasi ini memberikan kredibilitas bagi perusahaan serta meningkatkan kepercayaan konsumen akan mutu dan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan (Certification, n.d.).

Tak hanya itu, Gamedia Printing juga membuktikan dirinya sebagai salah satu penyedia jasa cetak terkemuka yang terus mengembangkan bisnisnya, baik di Indonesia maupun Internasional. Lebih dari 20 penghargaan telah diterima Gamedia Printing, salah satunya pernah meraih ‘*Gold Medal*’ untuk kategori *Digital Color Proofing* (Komunikasi Pribadi, 2023). Hal ini merupakan bukti bahwa Gamedia Printing selalu mencetak dengan kualitas terbaik dan berstandar internasional. Meskipun memiliki banyak prestasi dan pengalaman bekerja sama dengan banyak *brand* ternama, Gamedia Printing perlu memperbarui beberapa produk komunikasinya agar dapat menyampaikan keunggulan dan keunikan perusahaan dibandingkan dengan yang lain. Salah satu produk komunikasi yang memiliki kekuatan cukup besar adalah *company profile video*.

Company profile merupakan penyajian informasi atau profil suatu perusahaan. *Company profile* memegang peranan penting bagi perusahaan untuk

menunjukkan profesionalisme dan mengangkat citra baik perusahaan. Di dalamnya memberikan gambaran mengenai visi dan misi, serta produk atau jasa yang ditawarkan (Nathan, 2016). *Company profile* juga dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan *brand engagement* dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Salah satu metode terbaik untuk menghasilkan *company profile* yang efektif adalah melalui pembuatan video.

Smart Insights mencatat 72% orang lebih memilih video daripada konten teks saat mempelajari tentang produk atau layanan (Jones, 2023). Kemudian, menurut survei Wyzowl, jika teks dan video tersedia di halaman web yang sama, 69% pengguna lebih suka menonton video. Mereka menganggap penting bagi suatu perusahaan menjelaskan produk atau layanannya dalam format video. Dengan menghadirkan *company profile* dalam bentuk video memberikan kesempatan utama bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kualitas produk, layanan, dan fasilitasnya dengan cara yang informatif dan menarik.

Company profile video memungkinkan Gramedia Printing untuk menyampaikan prospek bisnis dan solusi yang dapat ditawarkan kepada konsumen potensial, mempromosikan diri kepada publik, serta membentuk kesan positif atau impresi yang baik ke target audiens untuk membentuk hubungan profesional yang dapat mempengaruhi keputusan kedepannya. Di samping itu, kesan pertama adalah hal yang sangat krusial dalam membangun suatu hubungan yang profesional, karena dapat menentukan proses pengambilan keputusan dan kerjasama kedepannya. Pembuatan *company profile video* ini diharapkan dapat berfungsi sebagai representasi identitas dan citra perusahaan, portofolio dan sarana komunikasi perusahaan dalam kegiatan *pitching*. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini akan merancang dan memvisualisasi *company profile video* Gramedia Printing dengan cara yang informatif, menarik, dan mampu mengkomunikasikan keunggulan dan keunikan Gramedia Printing sebagai perusahaan percetakan.

Dalam proses perancangan *company profile* ini, peran yang penulis jalankan adalah sebagai *Producer* yang bertanggung jawab memimpin dan mengawasi seluruh tim produksi baik dari aspek kreatif maupun manajemen produksi sesuai dengan anggaran yang ditentukan. Penulis juga sekaligus menjadi *Script Writer* yang bertanggung jawab dalam membuat naskah dan plot cerita dalam usaha memperbarui serta menentukan informasi mengenai perusahaan yang tepat serta cara penyampaiannya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar apa yang sudah berlangsung dapat dikomunikasikan dengan efektif dan efisien. Perancangan karya ini dipastikan akan sesuai dengan perusahaan dan diharapkan dapat menjadi media informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Gramedia Printing.

1.2 Tujuan Karya

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditemukan, tujuan dari pembuatan karya ini adalah merancang *company profile video* yang dapat mengkomunikasikan semua informasi terkini, termasuk keunggulan dan keunikan dari Gramedia Printing secara informatif dan kreatif.

1.3 Kegunaan Karya

Karya ini berfungsi sebagai representasi identitas dan citra Gramedia Printing, serta sebagai alat komunikasi dan portofolio perusahaan. Dengan berbagai versi *company profile video* yang mencakup sejarah, visi, misi, layanan, dan pencapaian perusahaan diharapkan karya ini dapat berkontribusi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Gramedia Printing, sehingga Gramedia Printing dapat bersaing dengan industri percetakan lainnya yang ada di Indonesia.