

ABSTRAK

Komunikasi massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat. Salah satu produk turunannya adalah audio visual, seperti video company profile, yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan citra mereka. Kebab Factory.ID, sebuah UMKM kebab di Bandung, mengalami penurunan penjualan sejak 2022 meski telah berpromosi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan mengimplementasikan storytelling dalam video company profile "Di Balik Kebab Factory.ID" sebagai sutradara. Metode yang digunakan meliputi pembuatan video dokumenter berdurasi 7 menit yang menampilkan sejarah perusahaan, proses pembuatan kebab, inovasi rasa, serta testimoni pelanggan dan mitra bisnis. Video ini dirancang untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap Kebab Factory.ID dengan pendekatan storytelling yang kuat dan visual menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa storytelling dalam video company profile efektif menyampaikan pesan yang mendalam dan emosional. Proses produksi, meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, menghasilkan video berkualitas yang memikat audiens. Implementasi storytelling terbukti menjadi strategi efektif untuk memperkuat identitas merek dan menarik perhatian konsumen di era digital.

Kata Kunci: *komunikasi Massa , Kebab Factory.ID , Stoytelling , sutradara*