

# PIXEL

## JURNAL KOMPUTER GRAFIS

### Data Penulis:

#### Dosen STEKOM

Daniel Rudjiono, S.Kom, M.Kom	Program Studi Komputer Grafis
Novita Kusumaning Tyas, S.Pd, M.Pd	Program Studi Manajemen Informatika
Sindhu Rakasiwi, S.Kom, M.Kom	Program Studi Manajemen Informatika
Sulartopo, S.Pd, M.Kom	Program Studi Sistem Komputer
Setiyo Prihatmoko, S.E, S.Kom, M.Kom	Program Studi Desain Grafis
Setiyo Adi Nugroho, S.E, M.Kom	Program Studi Komputer Grafis
Sarwo Nugroho, S.Kom, M.Kom	Program Studi Desain Grafis
Yuli Fitrianto, S.T., M.Kom	Program Studi Manajemen Informatika

#### Alumnus STEKOM

Ahmad Fahrudin, S.Ds	Program Studi Desain Grafis
Dody Suryo Hartono, S.Ds	Program Studi Desain Grafis
F. Iwan Setyo Murwoko, S.Ds	Program Studi Desain Grafis
Muhammad Ryza Awwali, S.Ds	Program Studi Desain Grafis
Nasrulloh, S.Ds	Program Studi Desain Grafis
Tri Haryanto, S.Ds	Program Studi Desain Grafis

**Penerbit: STEKOM Press**

Jurnal PIXEL diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM).  
Jurnal PIXEL sebagai sarana komunikasi dan penyebarluasan hasil penelitian,  
pemikiran serta pengabdian pada masyarakat

ISSN 1979-0414  
  
 9 771979 041486



Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Mata Pelajaran Bahasa Inggris  
*"Theme I Have a Pet"* untuk Kelas 4 SD Negeri Randungunting

Dody Suryo Hartono, Daniel Rudjiono 1 – 8

Pengembangan Media Pembelajaran Bahasa Isyarat untuk Panduan *Touring*  
dengan Metode PD pada Paguyuban *Vixion Owners* Semarang

F. Iwan Setyo Murwoko, Sindhu Rakasiwi 9 – 17

Media Pembelajaran Desain Grafis di SMA 1 Kudus Berbasis Multimedia  
Interaktif

Muhammad Ryza Awwali, Sulartopo 18 – 31

Pengembangan Alat Bantu Belajar Anatomi Tubuh pada Hewan Berupa *Game*  
*Puzzle* dengan Metode *Used and Gratification* untuk Siswa Kelas IV Semester I

Nasrulloh, Setiyo Prihatmoko 32 – 36

Pengembangan Alat Bantu *Time-lapse Photography* berbasis *Open Source*  
*Hardware*

Setiyo Adi Nugroho 37 - 45

Perancangan *Video Company Profile* sebagai Media Promosi Perusahaan pada  
PT. Propan Raya ICC Semarang

Tri Haryanto, Sarwo Nugroho 46 – 52

Penggunaan Video Tutorial untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara  
Bahasa Inggris Mahasiswa STEKOM Semarang

Novita Kusumaning Tyas 53 - 56

*Virtual Reality Photography* untuk Media Promosi *OnLine* Objek Wisata  
Curug Tujuh Bidadari

Ahmad Fahrudin, Yuli Fitrianto 57 - 63

**SEKOLAH TINGGI ELEKTRONIKA DAN KOMPUTER**  
**STEKOM**  
 SEMARANG

# PIXEL

## JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS

### **Penanggung Jawab :**

Ketua Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer

### **Pemimpin Redaksi :**

Unang Achlison, S.T, M.Kom

### **Mitra Bestari :**

Prof. YL Sukestiyarno M.S, Ph.D (Universitas Negeri Semarang)

### **Sekretaris Redaksi :**

Santi Widiastuti, S.T, M.T.

### **Dewan Redaksi :**

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, M.M

Daniel Rudjiono, S.Kom, M.Kom

Sulartopo, S.Pd. M.Kom

Sarwo Nugroho, S.Kom, M.Kom

Setiyo Prihatmoko, S.E, S.Kom, M.Kom

### **Desain Grafis :**

Mars Caroline Wibowo, S.T, M.Mm.Tech

Setyo Adi Nugroho, S.E, M.Kom

### **Alamat Redaksi :**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer

Jl. Majapahit No. 605 Semarang Telp. 024-6723456

E-mail : [pixel@stekom.ac.id](mailto:pixel@stekom.ac.id)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa dengan terbitnya Jurnal PIXEL (Desain Grafis) Edisi April 2015, Volume 8 Nomor 1 Tahun 2015 dengan artikel-artikel yang selalu mengikuti perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam bidang Desain dan Komputer Grafis.

Semua artikel yang dimuat pada Jurnal Desain Grafis (PIXEL) ini telah ditelaah oleh Dewan Redaksi yang mempunyai kompetensi di bidang Desain dan Komputer Grafis.

Pada edisi ini kami menyajikan beberapa topik menarik tentang penerapan Desain Grafis dalam Media Pembelajaran yaitu: “Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Mata Pelajaran Bahasa Inggris *Theme I Have a Pet* untuk Kelas 4 SD Negeri Randugunting”, serta “Pengembangan Media Pembelajaran Bahasa Isyarat untuk Panduan Touring dengan Metode PD pada Paguyuban Vixion Owners Semarang”, selanjutnya “Media Pembelajaran Desain Grafis di SMA 1 Kudus Berbasis Multimedia Interaktif”, dan “Penggunaan Video Tutorial untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris Mahasiswa Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer Semarang”.

Topik selanjutnya adalah makalah tentang penerapan Desain Grafis dalam Pengembangan Alat Bantu yaitu: “Pengembangan Alat Bantu Belajar Anatomi Tubuh pada Hewan Berupa *Game Puzzle* dengan Metode *Used and Gratification* untuk Siswa Kelas IV Semester I”, serta “Pengembangan Alat Bantu *Time-lapse Photography* berbasis *Open Source Hardware*”.

Topik penutup kami menyajikan makalah tentang penerapan Desain Grafis dalam Media Promosi yaitu: “Perancangan *Video Company Profile* sebagai Media Promosi Perusahaan pada PT. Propan Raya ICC Semarang”, dan “*Virtual Reality Photography* untuk Media Promosi *OnLine* Objek Wisata Curug Tujuh Bidadari”.

Terima kasih yang mendalam disampaikan kepada penulis makalah yang telah berkontribusi pada penerbitan Jurnal PIXEL edisi kali ini. Dengan rendah hati dan segala hormat, mengundang Dosen dan rekan sejawat peneliti dalam bidang Desain dan Komputer Grafis untuk mengirimkan naskah, *review*, gagasan dan opini untuk disajikan pada Jurnal Desain Grafis (PIXEL) ini.

Sebagai akhir kata, saran dan kritik terhadap Jurnal Desain Grafis (PIXEL) yang membangun sangat diharapkan. Selamat membaca.

Semarang, April 2015

**Pemimpin Redaksi**

Vol.8 No.1 April 2015

# PIXEL

**JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS**

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	ii
1. Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Mata Pelajaran Bahasa Inggris " <i>Theme 1 Have a Pet</i> " untuk Kelas 4 SD Negeri Randunggunting ( <i>Dody Suryo Hartono, Daniel Rudjiono</i> ) .....	1
2. Pengembangan Media Pembelajaran Bahasa Isyarat untuk Panduan Touring dengan Metode PD pada Paguyuban Vixion Owners Semarang ( <i>F. Iwan Setyo Murwoko, Sindhu Rakasiwi</i> ) .....	9
3. Media Pembelajaran Desain Grafis di SMA 1 Kudus Berbasis Multimedia Interaktif ( <i>Muhammad Ryza Awwali, Sulartopo</i> ) .....	18
4. Pengembangan Alat Bantu Belajar Anatomi Tubuh pada Hewan Berupa <i>Game Puzzle</i> dengan Metode <i>Used and Gratification</i> untuk Siswa Kelas IV Semester I ( <i>Nasrulloh, Setiyo Prihatmoko</i> ) .....	32
5. Pengembangan Alat Bantu <i>Time-lapse Photography</i> berbasis <i>Open Source Hardware</i> ( <i>Setiyo Adi Nugroho</i> ) .....	37
6. Perancangan <i>Video Company Profile</i> sebagai Media Promosi Perusahaan pada PT. Propan Raya ICC Semarang ( <i>Tri Haryanto, Sarwo Nugroho</i> ) .....	46
7. Penggunaan Video Tutorial untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris Mahasiswa Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer Semarang ( <i>Novita Kusumaning Tyas</i> ) .....	53
8. <i>Virtual Reality Photography</i> untuk Media Promosi <i>OnLine</i> Objek Wisata Curug Tujuh Bidadari ( <i>Ahmad Fahrudin, Yuli Fitrianto</i> ) .....	57

## PERANCANGAN *VIDEO COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERUSAHAAN PADA PT. PROPAN RAYA ICC SEMARANG

**TRI HARYANTO, SARWO NUGROHO**

Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer  
Jl. Majapahit 605 & 304  
Semarang Indonesia  
E-mail : sarwo@stekom.ac.id

### **Abstract**

*Media information such as print media has a weakness, in terms of the efficiency of information delivery and distribution, but when using the media information such as Video Company Profile, information more effectively and efficiently, because the packaging is more attractive, which in the form of video files that combine multiple file formats, namely video , animations and sounds, as well as packaging using DVD media so cheaper. Designing Video Company Profile For Media Product Development (Case Study in PT. Propan Raya ICC Semarang) is a media information that the theme of product marketing media, where the need for a media information effectively and efficiently to support the promotional efforts which contains complete information about PT. Propan Raya ICC Semarang.*

**Keywords:** Video, Company Profile

### **Intisari**

Media informasi berupa media cetak mempunyai kelemahan, dilihat dari sisi efisiensi penyampaian informasi dan distribusi, namun bila menggunakan media informasi berupa *Video Company Profile*, informasi lebih efektif dan efisien, karena pengemasannya lebih menarik, dimana berupa file video yang menggabungkan beberapa format file, yaitu video, animasi dan suara, serta pengemasannya menggunakan media keping DVD sehingga lebih murah. Perancangan *Video Company Profile* Sebagai Media Pemasaran Produk (Studi Kasus Di PT. Propan Raya ICC Semarang) merupakan sebuah media informasi yang mengangkat tema media pemasaran produk, dimana perlunya sebuah media informasi yang efektif dan efisien untuk mendukung upaya promosi yang berisi informasi lengkap tentang PT. Propan Raya ICC Semarang.

**Kata kunci** : Video, Company Profile

### **A. PENDAHULUAN**

Dewasa ini di negara Indonesia sedang banyak berkembang pembangunan-pembangunan gedung baik dari pemerintah maupun pihak swasta. Pemerintah daerah pun sedang gencar – gencarnya membangun daerah mereka masing – masing terkait otonomi daerah yang diberikan oleh pemerintah pusat. Dengan demikian proyek pembangunan sangat besar dan kebutuhan akan material pendukung juga banyak dibutuhkan. Tak lepas dari material tersebut kebutuhan akan produk cat tembok sangatlah besar mengingat cat adalah faktor pendukung yang sangat penting bagi hasil akhir pembangunan gedung tersebut.

Melihat dari kondisi tersebut, PT. PROPAN RAYA selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang industri cat turut andil dalam memenuhi kebutuhan suplay bahan bangunan khususnya pada saat tahap finishing dengan melakukan pemasaran produk kepada calon konsumen. Untuk menaikan omzet penjualan produknya, selama ini PT. PROPAN RAYA melakukan strategi promosi melalui pameran-pameran di mall dan training product knowledge pada kontraktor, konsultan project, dan karyawan toko yang sudah menjadi customer PT.PROPAN RAYA itu sendiri.

Namun terdapat kendala pada proses pelaksanaan promosi ini, yaitu konsumen atau user pada era sekarang sudah jauh lebih pintar dalam memilih produk yang akan digunakan untuk keperluan pembangunan project-nya. Mulai dari produk yang bagus baik secara kualitas dan harga, servis dari produsen bahkan sampai profil produsen sangat besar pengaruhnya terhadap produk yang akan dibeli konsumen. Oleh karena itu PT.PROPAN RAYA memerlukan strategi promosi yang baik untuk lebih meyakinkan kepada konsumen agar produk yang dijual dapat diterima dengan baik.

Maka dengan ini penulis ingin memberikan pilihan media promosi yang efektif dan efisien untuk mempromosikan atau mengenalkan kepada calon konsumen perihal produk yang dijual dan profil perusahaan sebagai faktor pertimbangan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah dengan menggunakan media *Video Company Profile* yang apabila pada saat presentasi baik dalam acara gathering dengan kontraktor dan konsultan project maupun pada saat penawaran produk yang ditujukan pada instansi – instansi besar, company profile ini sangatlah di perlukan sebagai media referensi yang dapat mendukung proses pemasaran pada saat itu.

### 1. Perumusan Masalah

Melihat dari strategi pemasaran yang telah dilakukan pada prosesnya timbul bebagai masalah di beberapa faktor yang apabila hal tersebut tidak ada perubahan maka akan merugikan perusahaan. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah menyusun media promosi yang efektif dalam mengenalkan profil perusahaan?
2. Bagaimanakah membuat media promosi yang efisien tanpa memerlukan waktu dan biaya yang besar?
3. Bagaimanakah membuat materi training menjadi lebih menarik tidak hanya sekedar berisi tentang teori teknis saja?

### 2. Pembatasan Masalah

Pembuatan proyek skripsi ini yang akan di buat dalam bentuk *Video Company Profile*, penulis memberi beberapa batasan masalah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Video, gambar atau foto serta data - data yang ditampilkan dalam company profile ini adalah kegiatan atau aktifitas internal PT.PROPAN RAYA dan tidak mengambil atau mengundah dari internet.
2. Software yang digunakan dalam pembuatan company profile ini adalah:
  - a. Adobe Premiere, yaitu software utama yang digunakan untuk editing video.
  - b. Adobe After Effect, digunakan untuk pemberian animasi dalam video.
  - c. Adobe Photoshop, untuk editing image sebagai materi video.
  - d. Corel Draw, untuk editing image yang dipakai sebagai materi video.

### 3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Dapat menyusun *Video Company Profile* sebagai media pemasaran produk yang efektif dalam mengenalkan profil perusahaan.
- b. Dapat menyusun *Video Company Profile* sebagai media promosi perusahaan yang efisien tanpa membutuhkan biaya dan waktu yang cukup besar.
- c. Dapat membuat video company profile sebagai materi tambahan dalam training product knowledge agar lebih menarik.

Berdasarkan berbagai pertanyaan yang muncul maka penulis ingin memberikan solusi kepada PT.PROPAN RAYA perihal strategi promosi perusahaan yang tepat, yaitu dengan membuat *Video Company Profile*. Karena dengan media promosi ini diharapkan dapat membantu pemasaran secara baik dan efektif sesuai sasaran yang hendak dituju.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan(PT.PROPAN RAYA)  
Pembuatan media *Video Company Profile* ini diharapkan dapat mengatasi beberapa masalah yang timbul pada strategi promosi yang telah di lakukan sebelumnya. Para customer juga tidak perlu sampai mengunjungi perusahaan,

kecuali ada tujuan lain selain hanya agar meyakinkan bahwa produk yang di belinya sudah di proses dengan benar perihal alat/mesin di pakai dan bahan bahan yang di gunakan untuk proses produksi. Diharapkan dengan videoe company profile ini sudah dapat mewakili untuk di presentasikan kepada customer tersebut.

b. Bagi Akademik.

Sebagai bahan referensi mahasiswa dalam penelitian lebih lanjut dengan studi yang dibahas dalam Proyek Tugas Akhir ini.

c. Bagi Penulis.

Sebagai media untuk mengukur dan mengevaluasi tentang sejauh mana penulis telah menguasai teori dan praktek yang telah diterima di bangku kuliah

## B. DASAR TEORI

### 1. 4 Faktor Penting dalam Company Profile

Tujuan utama yang melatar belakangi sebuah pembuatan Company Profile adalah untuk mendekati segmen penting dalam perkembangan bisnis. Company Profile ini bisa diarahkan kepada investor potensial, pelanggan baru, melebarkan sayap pada bisnis perusahaan serta sebagai upaya pengenalan untuk karyawan.

Membuat Company Profile merupakan hal yang mudah dan sederhana bagi semua yang sudah terjun melakukan bisnis. Company Profile merupakan perpanjangan dari rencana bisnis, perbedaannya hanya apa yang di presentasikan fakta aktual dan pencapaian perusahaan bukan sekedar gambaran kesuksesan dari perencanaan bisnis yang sedang atau akan dilakukan. Company Profile yang akan dibuat harus menarik pihakpihak lain, dengan maksud kita membuat sebuah profil perusahaan yang memiliki pandangan luas terhadap objektivitas dan kebutuhan informasi yang relevan. Buatlah ekspektasi dan kebutuhan yang mencerminkan semua hal dapat tercapai oleh perusahaan anda. Berikut 4 hal

penting yang harus diperhatikan kenapa kita harus membuat Company Profile :

#### a. Tujuan

Tujuan utama dalam membuat Company Profile yang baik adalah untuk mendekati pelanggan potensial dengan memasukan kelebihan perusahaan meliputi kapasitas, kualitas, kebutuhan financial, pengalaman dan untuk memperlihatkan kemampuan untuk memulai dan mengembangkan bisnis usaha dalam kepercayaan. Ide yang melatar belakangi dalam pembuatan Company Profile adalah untuk meyakinkan pasar potensial dan memberikan informasi yang relevan sebagai upaya penawaran. Company Profile dapat meningkatkan perbandingan nilai terhadap kompetitor dengan mempengaruhi secara positif keputusan pelanggan potensial untuk memulai sebuah bisnis. Pandangan pelanggan potensial terhadap perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan anda bisa memenuhi kebutuhan pelanggan potensial tersebut.

#### b. Isi

Isi dalam sebuah Company Profile atau profil perusahaan anda harus bermaterikan pengenalan, data perusahaan, struktur dan infrastruktur. Hal yang paling penting dalam membuat sebuah adalah memperkenalkan produk, kualitas, perlengkapan, pengalaman, program jangka pendek dan panjang serta referensi perusahaan anda dengan jelas serta professional. Dan sangat professional untuk memperkenalkan Company Profile dengan menggunakan pernyataan misi-misi perusahaan. Ada beberapa elemen dasar pada isi suatu Company Profile atau profil perusahaan yang harus dipahami dan dimengerti. Pertama adalah pelajari bahwa Company Profile dapat digolongkan untuk golongan atau kelompok tertentu, misal company profile untuk jajaran direksi tentu berbeda isi dan design bentuknya dengan company profile untuk menjaring kelompok atau pelanggan baru. Pada dasarnya inti dari isi dasar

seperti visi misi, sejarah dan pencapaian-pencapaian, baik itu dalam waktu dekat atau dalam jangka waktu yang panjang.

**c. Kemasan**

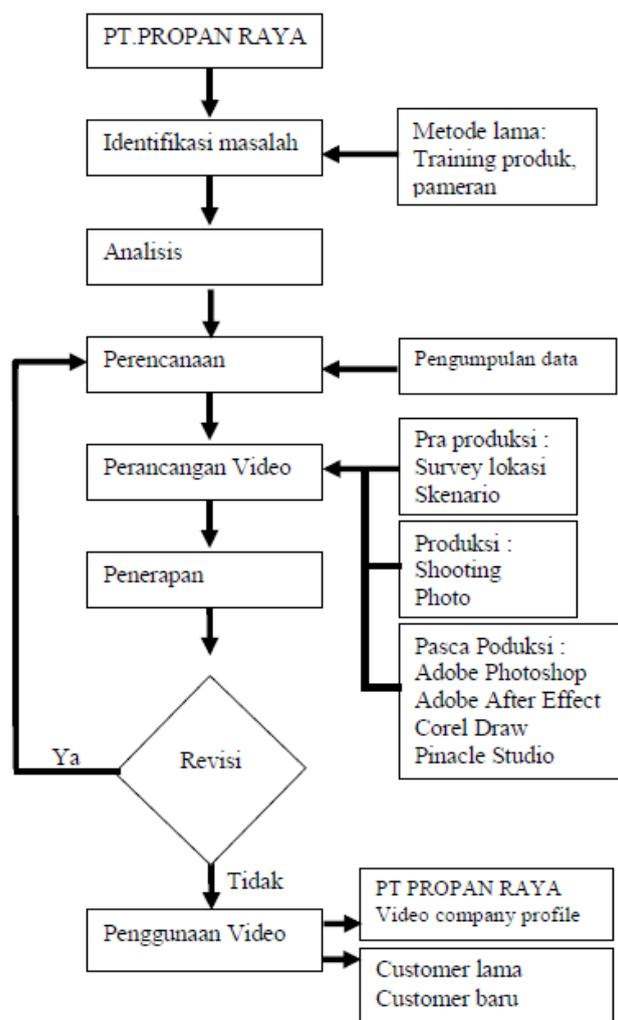
Company Profile mencerminkan perusahaan anda, hal tersebut sangat penting untuk dipersiapkan secara profesional. Hal dalam membuat company profile memerlukan penataan yang baik, tanpa kesalahan ketik, pencetakan menggunakan kertas berkualitas serta lebih kepada warna dan struktur company profile. Dalam mempresentasikan sebuah company profile memerlukan imajinasi dan kreativitas sepenuhnya. Halaman dalam pembuatan company profile bisa berupa 12 halaman atau maksimum 15 halaman, perhatikan bila halaman anda terlalu banyak atau sedikit akan mempengaruhi pelanggan potensial dalam membaca dan memahami isi company profile. Ikuti teori AIDA (Attention, Interest, Decision, Action) langkah demi langkah, serta lakukanlah dengan cara yang Informatif.

**d. Momentum**

Kapan mengirimkan sebuah Company Profile kepada pelanggan potensial, waktu menjadi sangat penting. Jangan mengirimkan company profile beserta brosur untuk pemberitahuan. Dengan company profile anda dapat melakukan pendekatan dengan pasar potensial secara lebih baik, benar dan sopan, dengan kata lain berkontribusi secara positif. Jangan membuat company profile hanya untuk saat-saat tertentu namun buatlah untuk beberapa tahun kedepan. Membuat company profile anda up to date merupakan hal yang baik dalam bisnis, promosi dan mencitrakan profil perusahaan.

**2. Kerangka Pemikiran**

Pada penelitian ini dibuat *Video Company Profile* dari PT. PROPAN RAYA, dengan langkah-langkah pengembangan seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

**C. METODE PENELITIAN**

Untuk mendapatkan informasi yang akurat maka penulis membutuhkan metodologi penelitian seperti berikut ini :

1. Pengumpulan data

a. Interview

Penulis melakukan wawancara langsung kepada pihak perusahaan untuk permintaan ijin pengambilan data, baik

berupa file – file internal, shooting video maupun foto untuk bahan skripsi.

b. Observasi

Penulis terjun langsung kelapangan untuk mencari kelengkapan data apa saja yang diperlukan.

c. Buku

Penulis mencari bahan dari buku yang mempunyai keterkaitan dengan perancangan media promosi yang penulis buat sebagai salah satu sumber referensi dari penyusunan skripsi.

d. Internet

Penulis mempelajari tutorial – tutorial dan referensi lain dari internet sebagai bahan penyusunan skripsi.

2. Pemilihan responden / target audien

Pembuatan laporan proyek akhir berupa *Video Company Profile* ini di tujukan terutama untuk customer – customer PT. PROPAN RAYA baik yang sudah bekerja sama maupun customer baru yang masih tahap pengenalan produk.

3. Pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi untuk proyek video ini dipilih terutama di lokasi perusahaan baik dari divisi marketing, produksi, Research and Development hingga divisi gudang dan ekspedisi agar isi video ini dapat mewakili seluruh proses produksi dari awal hingga akhir sehingga target audien dapat menjadi yakin terhadap kualitas produk-produk yang dihasilkan.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Setelah melalui proses produksi yang panjang, akhirnya proyek *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang telah selesai, dan di harapkan bisa digunakan sebagai media untuk lebih mengenalkan PT. PROPAN RAYA Semarang kepada masyarakat luas. Penulis menyerahkan kepingan DVD kepada pihak perusahaan untuk dapat digunakan sebagai media promosi.



Gambar 2. Gambar penyerahan *Video Company Profile* kepada kepala bagian Training dan Development PT. PROPAN RAYA Semarang (18 Agustus 2014)

Suatu hasil karya tidak akan bermanfaat bila tidak di terapkan, oleh karena itu penulis mengikuti kegiatan penerapan *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang. Seperti pada saat kegiatan training dan pelatihan kepada customer, rekrutmen karyawan baru, dan kegiatan promosi lainnya.



Gambar 3. Gambar pemutaran *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang pada saat pelatihan produk kepada customer. (Gathering Toko Lancar Magelang tanggal 26 Agustus 2014).

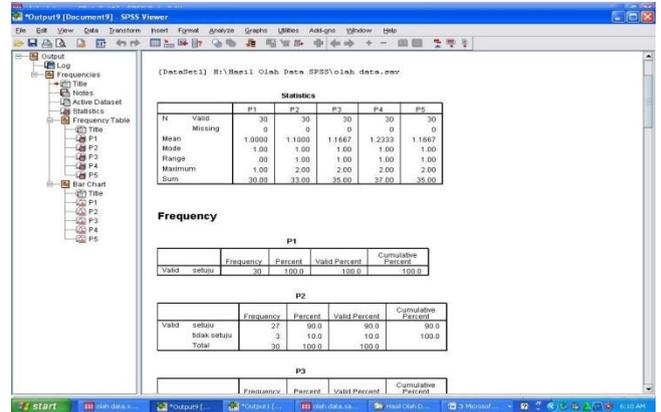
**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERUSAHAAN  
PADA PT. PROPAN RAYA ICC SEMARANG (Tri Haryanto, Sarwo Nugroho)**

**2. Pembahasan Produk Akhir**

Untuk mengetahui berapa banyak yang menyetujui pembuatan *Video Company Profile* ini, penulis memberikan pertanyaan kepada 30 koresponden, adapun pertanyaannya antara lain :

- (1) Menurut anda, setujukah kalau *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang sudah lengkap dalam memberikan informasi ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak setuju
- (2) Menurut anda, setujukah jika *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang hasilnya sudah menarik ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak setuju
- (3) Menurut anda, setujukah hasil gambar *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang sudah jelas dan fokus?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak setuju
- (4) Menurut anda, setujukah jika isi dari video tidak membingungkan dan mudah dipahami sebagai fungsi media informasi dan promosi ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak setuju
- (5) Menurut anda, setujukah jika hasil video DVD tersebut mudah dalam penggunaannya ?
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak setuju

Dari pertanyaan diatas dengan 30 koresponden, pertanyaan pertama yang menyatakan setuju 26 orang atau 86,7 %, pertanyaan kedua yang menyatakan setuju 25 orang atau 83,3%, pertanyaan ketiga yang menyatakan setuju 21 orang atau 70 %, pertanyaan ke empat yang menyatakan setuju 25 orang atau 83,3 % dan pertanyaan ke lima yang menyatakan setuju 27 orang atau 90 %.

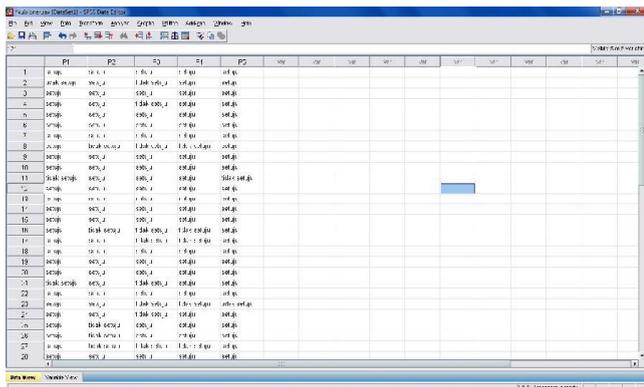


Gambar 5. Gambar hasil output analisis SPSS.

**E. SIMPULAN**

Dari pembahasan pembuatan *Video Company Profile* PT. PROPAN RAYA Semarang yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Media informasi berupa *Video Company Profile* sangat bermanfaat dan dibutuhkan sebagai salah satu media pendukung informasi dan promosi yang berisi informasi tentang latar belakang, kegiatan dan aktivitas tiap divisi yang terdapat pada perusahaan PT. PROPAN RAYA Semarang lengkap tentang PT. PROPAN RAYA Semarang. Dilihat dari segi pengemasan, media informasi ini lebih efektif dan efisien karena penyimpanan dalam kemasan keping DVD.
2. Berdasarkan survey dan dilakukan analisa dengan hasil 26 dari 30 orang atau 86,7% meyakinkan setuju bahwa PT. PROPAN RAYA Semarang membutuhkan *Video Company Profile* dalam melakukan promosi yang memuat informasi tentang perusahaan secara lengkap.



Gambar 4. Gambar analisis dengan SPSS

## F. SARAN

Saran-saran yang ingin dikemukakan dalam Proyek Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Sebelum membuat *Video Company Profile* hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah pemilihan obyek yang akan dijadikan tema agar *Video Company Profile* yang dihasilkan berkonsep jelas.
2. Sebuah video profile merupakan sebuah media informasi, bukan sebuah media hiburan, sehingga pemberian transisi atau effect-effect animasi sebaiknya tidak terlalu berlebihan, disesuaikan dengan kebutuhan.
3. Dalam proses pembuatan *Video Company Profile*, selain perangkat lunak (software) juga perlu diperhatikan spesifikasi perangkat kerasnya (hardware). Spesifikasi perangkat kerasnya (hardware) minimal standart untuk spesifikasi multimedia, agar efisiensi proses kerja tinggi.
4. Pembuatan produk harus disesuaikan dengan tujuan dan sasaran produk yang dibuat.
5. Dengan adanya *Video Company Profile* ini, diharapkan lebih banyak lagi media-media informasi yang lain yang bisa menjadi sarana promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muh. 2009. "Company Profile", <http://cetak.fajar.co.id/news/php?newsid=4528.html>. Diakses pada tanggal 8 Januari 2012
- Alma Buchari, 2006; ; "Strategi Promosi", Jakarta : PT. Elex Media Komputindo,.
- Bayu. Brata,VT, 2007, "Tips Membuat Foto Indah dan Menarik,edisi ke – 2", Penerbit Media Kita, Jakarta. Djelantik, A.A.M
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. 2005," Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain". Yogyakarta.
- Effendy, Heru, 2002. Mari Membuat Film, Yogyakarta : Panduan Pustaka.
- Field Syd, 1994.(The Foundations of Screenwriting,)
- ICC, PT.Propan Raya, 2011; " Company profile" Jakarta : Propan Raya,.
- Iwan Binanto, 2010 ; ' Multimedia Digital – dasar teori Pengembangannya,.
- Kusrianto, Adi, 2010. "Pengantar Tipografi". Jakarta: PT. Elex Media.
- Komputindo. Borrer, Dj, Triplehorn CA, & Johnson NF
- Saladin Djaslim, Oesman Marty Yevis, 2002; "Intisari Promosi", Yogyakarta : Penerbit Andi,.
- Satria, 2008; "pengertian brand "<http://id.shvoong.com/business-management/management/2188613-definisi-brand-merek/#ixzz1sdrpI54s/>>
- Diakses pada tanggal 8 Januari 2012
- Shera, Andi, 2010; "Step by Step Internet Marketing", Jakarta : PT. Elex Media Komputindo,.
- Sidharta Sita, 2008 ."Menjadi Penulis Skenario Profesional".
- Tjiptono, 2000 ; " Promosi Efektif Dengan Web",Yogyakarta : Andi Offset,.
- Yani, Andai, 2009; " Pengertian Informasi ",  
online:<<http://id.shvoong.com/social-science/communication-media-studies/2068238-pengertian-informasi/>>  
Diakses pada tanggal 8 Januari 2012,.
- Zain. Badudu,J.S, 1989, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa