

E-ISSN: 2528 - 6544

P-ISSN: 2620 - 3383

Vol.3 No.1 Agustus 2018

A large, stylized version of the 'TMD' logo, rendered in a dark green color. The letters are bold and blocky, with a slight shadow effect.

Technomedia Journal

iLearning Journal Center (iJC)



Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia

Danang Rifai¹
Erna Astriyani²
Upi Indria³

Dosen Perguruan Tinggi Raharja^{1,2}

Mahasiswa Jurusan Teknik Informatika, Perguruan Tinggi Raharja³

E-mail: danang.rifai@raharja.info¹, erna.astriyani@raharja.info², upi.indria@raharja.info³

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi informasi sangat begitu pesat untuk memanfaatkan perkembangan itu sebagai sarana sosialisasi mengenai program informasi baik promosi terhadap produk yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat, untuk itu diperlukan suatu media yang dapat berguna sebagai daya tarik masyarakat. Seperti halnya pada PT. Daiichi Elevator Indonesia yang hingga saat ini sarana penunjang informasi program promosi dinilai belum memberikan fungsi komunikasi yang efektif untuk hal itu sebagai kebutuhan penunjang informasi dan program promosi mendatang menghendaki bentuk-bentuk perancangan media yang dapat menjawab kebutuhan sarana informasi yang efektif, efisien, dan tepat sasaran. Informasi menjadi hal penting karena dengan informasi seseorang akan mengetahui hal baru yang belum diketahui. Informasi terbagi melalui media cetak ataupun media elektronik, dari itulah masyarakat dapat mengetahui informasi. Dalam ini PT. Daiichi Elevator Indonesia belum memiliki sebuah media berbentuk video company profile sebagai penunjang informasi dan promosi. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini yaitu metode analisa permasalahan, metode pengumpulan data, analisa data, dan metode analisa perancangan . Pada konsep ini terdapat tahapan preproduction, tahapan production, dan tahapan postproduction. Dari hasil rancangan media video profile tersebut dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat yang ingin lebih tahu jelas mengenai lift / escalator di PT. Daiichi Elevator Indonesia agar lebih mengenal tentang detail profile yang dimiliki PT. Daiichi Elevator Indonesia.

Kata kunci : Video Profile, Informasi, dan Promosi

ABSTRACT

The development of information technology is so rapid to utilize this development as a means of socialization of good promotional information programs for products that are intended to be introduced to the public, for this reason a media is needed that can be useful as a public

attraction. As with PT. Daiichi Elevator Indonesia which until now promotion program information support facilities are considered not to provide an effective communication function for that matter as the need for information support and future promotion programs requires forms of media design that can answer the needs of information facilities that are effective, efficient, and on target . Information becomes important because with information someone will know new things that are not yet known. Information is shared through print media or electronic media, from which the public can find information. In this PT. Daiichi Elevator Indonesia does not have a media in the form of a company profile video to support information and promotion. The research method used in this research is problem analysis method, data collection method, data analysis, and design analysis method. In this concept there are stages of preproduction, stages of production, and stages of postproduction. From the results of the media profile video design can increase sales and information to people who want to know more clearly about the elevator / escalator at PT. Daiichi Elevator Indonesia to get to know more about the profile details owned by PT. Daiichi Elevator Indonesia.

Keywords: Video Profile, Information, and Promotion

PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan company profile merupakan bagian penting yang akan membangun citra perusahaan tersebut di mata relasi dan direksi perusahaan. Untuk mempermudah dalam mengenalkan informasi perusahaan kepada seluruh masyarakat luas, dalam ini dinilai sangat efektif disaat teknologi yang semakin maju sehingga dibutuhkan bentuk media komunikasi sebagai informasi dan promosi yang menarik lebih interaktif yang ditujukan kepada semua orang. Sangat banyak cara dan beraneka ragam dalam menyampaikan sebuah informasi yang dibuat ke dalam bentuk multimedia agar terlihat menarik dan mudah dipahami dalam penyampaianya.

Dengan adanya macam-macam bentuk karya seni yang menggunakan aplikasi komputer sebagai perancangan sebuah karya, contohnya film dokumenter, iklan, Company profile, dan berbagai bentuk rancangan komunikasi visual lainnya. Dalam Hal ini terbukti bahwa perancangan sebuah karya seni dalam bentuk apapun meningkat sangat baik, sehingga bisa mengikuti perkembangan teknologi yang sudah maju dan berkembang begitu pesat.

Agar dapat meningkatkan penjualan membutuhkan sarana penunjang informasi dan promosi, seperti membuat sebuah karya seni berbentuk video yang saat ini banyak digunakan oleh lembaga atau instansi pendidikan sebagai wadah promosi. PT. Daiichi Elevator Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan dan pemasangan elevator/lift untuk rumah dan ruko dengan keunggulan satu phase listrik, yang beralamat di Jalur sutera timur kav. 5A No 6 Alam sutera tangerang, Saat ini untuk media informasi dan promosi hanya menggunakan media cetak diantaranya yaitu melalui website, katalog dan

brosur. Apabila perusahaan ini masih menggunakan website, katalog dan brosur sebelumnya, ditakutkan akan kurang mampu bersaing dengan perusahaan lainnya yang mampu menawarkan produknya dengan menarik. Untuk itu perlu dilakukan pembuatan video Company Profile pada PT. Daiichi Elevator Indonesia untuk menambah daya tarik peminat.

PERMASALAHAN

Dari penjelasan pembahasan yang disampaikan, penulis dapat menyimpulkan beberapa titik yang menjadi permasalahan pada PT. Daiichi Elevator Indonesia yaitu :

1. Bagaimana merancang video company profile yang dapat membuat perhatian dan semarik mungkin sehingga informasi dan promosi yang diberikan dapat efektif dan efisien?
2. Target seperti apa yang diharapkan dari media informasi dan promosi tentang PT. Daiichi Elevator Indonesia?
3. Bagaimana menginformasikan dan promosikan PT. Daiichi Elevator Indonesia?

Dari rancangan diatas diharapkan media yang dibuat dalam company profile ini dapat di implementasikan dengan baik dan bermanfaat bagi penulis dan semua pihak termasuk PT. Daiichi Elevator Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mendapatkan beberapa data yang lebih menyakinkan dipenelitian ini, terdiri beberapa penerapan metode penelitian, yaitu :

1. Metode Analisa Permasalahan. Metode ini merupakan metode untuk menentukan topik permasalahan penelitian, dalam ini dilakukan dengan bentuk interview yang berguna untuk memperkenalkan PT. Daiichi Elevator Indonesia lebih tepatnya lagi proses mempromosikan perusahaan.
2. Metode Pengumpulan Data yaitu cara untuk mendapatkan data dengan jalan mengamati langsung ke lokasi (Observasi), Interview ataupun kajian pustaka
3. Analisa Data berupa pengolahan data atau informasi yang diangkat dari hasil perancangan dan penelitian terhadap Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi yang akan dianalisa dan diolah menggunakan software atau aplikasi program yang mendukung dalam proses perancangan.
4. Metode Analisa Perancangan, dalam produksi Video Company Profile PT. Daiichi Elevator Indonesia dipergunakan aplikasi-aplikasi penunjang diantaranya aplikasi Adobe Premier sebagai pengolah video setelah dilakukan produksi hingga pembuatan credit title.

Berikut ini adalah beberapa daftar literature review dalam penelitian ini :

1. Penelitian Dwi Fitri Parmania dengan judul “ Perancangan Video Company Profile sebagai Media Penunjangn Informasi dan Promosi pada PT. Telkom Akses Jakarta “.

Penelitian tersebut tentang struktur lembaga telekomunikasi berbagai seluruh Indonesia dan macam-macam tipe dan jenis jaringan maupun koneksi yang di kemas untuk di informasikan kepada masyarakat luas.

2. Penelitian Trisno Haryoko, Dimas Sasangko dengan judul yaitu “ Pembuatan Video Company Profile Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri” penelitian ini menjelaskan suatu dokumentasi yang dibuat dalam sebuah video profil Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri dengan menggunakan komputer, yang terdapat beberapa tahapan diantaranya dari tahap perekaman, tahap penggabungan, tahap keluaran serta digunakan VCD sebagai media pemutaran video profil Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
3. Penelitian Ratih Devi Indriani, S.Ds., Sarwo Nugroho, M.Kom dengan judul yaitu “ Perancangan Video Company Profile sebagai Media Promosi dan Informasi di SMA Insitut Indonesia Semarang ” penelitian ini membahas tentang peneliti membuat media promosi yang dapat memberikan pemecahan terhadap masalah yang dihadapi SMA Institut Indonesia Semarang dalam penyampaian informasi secara jelas kepada masyarakat dan calon peserta didik berupa video.
4. Penelitian Vikri Septian Penelitian dengan judul “ Perancangan Video Company Profile pada RSIA Murni Asih Sebagai Media Promosi ”, Media informasi dalam bentuk video profile yang merupakan sarana penting sebagai informasi dan sangat mungkin dirancang untuk pembuatan media company profile, selain sebagai penunjang informasi mengenai sejarah, kualitas, mutu serta kelebihan dan lainnya.
5. Penelitian Andri Lukmana dengan judul “ Perancangan Media Komunikasi Audio Visual Berbentuk Video Profile sebagai media Promosi dan Informasi Di SMA Islam AL-Hasyimiyyah Kota Tangerang ”, Media informasi ini berbentuk video profile yang sebagai penunjang informasi dan dirancang untuk pembuatan media company profile, bisa menyesuaikan dengan tujuan demi kelancaran dalam penyampaian informasi seputar kesehatan sudah saatnya memiliki media informasi dalam bentuk video profile yang menarik dengan gambar-gambar yang memperjelas suatu informasi.
6. Penelitian Stefani Desianti Prayitno, Bing Bedjo, Baskoro Suryo dengan judul yaitu “ Perancangan Corporate Identity pendukung promosi PT. Aerial Indonesia Surabaya ” Penelitian ini membahas tentang Perancangan corporate identity ini memberikan logo sebagai identitas perusahaan dan GSM yang berisikan ketentuan standart digunakan dalam pengaplikasian serta penggunaan logo Aerial Indonesia ini dalam berbagai media. Buku ini juga menjelaskan segala ketentuan bentuk, warna, typeface, clear minimum area dan ukuran yang baku logo Aerial Indonesia ini..
7. Penelitian Mohammad Irfan dengan judul “Pembuatan Video Company Profile Pada Belukar Merchdi Kelurahan Jayengan Kecamatan Serengan Kota Surakarta” Penelitian ini membahas dalam pembuatan video menggunakan metode pendataan, observasi ,wawancara, kepustakaan, pendekatan, analisis,perancangan, pengambilan gambar dan capturing, pengeditan, implementasi, uji coba yang akan menampilkan publikasi Belukar Merch yang berisi tentang Sejarah, Profile, Fasilitas, Prestasi, dan juga lingkup distro.
8. Penelitian Erick Febriyanto, Wahyu Hidayat, Rendy Angga Saputra (2018). Dengan

judul “Pembuatan Video Bumper Logo 3D Animasi Almadros Buana Utama Dengan Adobe After”, *Technomedia Journal*, 3(1), 31-43. Penelitian ini membahas dalam pembuatan video menggunakan metode observasi, analisa, produksi dan implementasi.

Setelah melakukan peninjauan dari 8 Literature Review, terbukti bahwa media informasi yang dibuat dalam bentuk video company profile terbilang cukup berhasil sebagai penyampai pesan kepada informan sehingga memungkinkan untuk memahami yang lebih baik dibandingkan dengan penyampaian informasi dengan media lain. Maka itu penulis mengambil beberapa acuan dari penelitian diatas sebagai panduan dari penelitian yang akan penulis buat dengan menambahkan animasi tulisan dan gambar yang nantinya akan dipadukan dengan efek visual agar tampilan video company profile tersebut tidak terlihat membosankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengamati dan meneliti dari beberapa uraian permasalahan yang ada pada PT. Daiichi Elevator Indonesia yaitu dalam hal informasi baik promosi harus dibuat semenarik mungkin dengan adanya video company profile ini yang nantinya akan diunggah dalam media sosial seperti youtube yang saat ini sangat populer dikalangan remaja atau orang dewasa . Hal ini akan mempermudah masyarakat untuk mengetahui segala Informasi dan promosi company profile PT. Daiichi Elevator Indonesia.

Tahap Implementasi :

A. Pra Produksi adalah tahapan perencanaan proses suatu produksi merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang.

1. Penemuan Ide yang tercipta lalu dikembangkan lagi dengan mengumpulkan sebuah data atau dengan research, selanjutnya dengan data yang telah diperoleh dituangkan kedalam sinopsis yang dibuat oleh script writer dan dilanjutkan dengan melakukan rapat untuk membahas ide atau gagasan secara keseluruhan kemudian membuat rundown.
2. Perencanaan ini teridri dari penetapan jangka waktu kerja (time schedule), penyempurnaan sinopsis, pemilihan artis, lokasi, dan crew. Selain persiapan biaya dan rencana lokasi merupakan bagian dari perencanaan yang dibuat secara hati-hati dan teliti.
3. Persiapan ini meliputi pemberesan semua kontrak, perjanjian, dan surat menyurat. latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan, semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu yang sudah ditetapkan.

B. Storyboard adalah suatu sketsa gambar tersusun berurutan sesuai dengan naskah, dengan storyboard yang telah kita buat untuk menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain dengan lebih mudah, karena kita dapat menggiring khayalan seseorang mengikuti gambar yang

tersaji, sehingga menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita.

C. Produksi adalah suatu upaya dalam merubah bentuk sinopsis menjadi audio visual seperti diketahui bahwa pelaksanaan produksi dalam program acara tuntutan sinopsis hal tersebut dikarenakan sinopsis merupakan hasil dari penemuan ide untuk suatu program acara. Produksi bertujuan untuk memenuhi suatu kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang.

D. Pasca Produksi tahap produksi selesai maka akan dilakukan tahap pasca produksi yang meliputi offline editing yaitu serangkaian alur konsep tersebut menjadi sesuatu yang tersusun rapi namun masih kasar atau belum menggunakan efek-efek tertentu, baru kemudian dilanjutkan ke online editing dengan pemberian effect gambar agar lebih bernuansa bagus dan enak dipandang, diberikan dubbing bila diperlukan, kemudian dilakukan mixing atau suara effect yang disesuaikan dengan program yang sedang diproduksi seperti suara musik serta pemberian tulisan-tulisan (titling) bila program tersebut memerlukan informasi berupa tulisan atau terjemahan. Menjelaskan tahapan akhir produksi yang meliputi Capturing dan Editing yang disalurkan melalui DVD dan Website. Setelah post production selesai maka video siap didistribusikan sesuai yang diinginkan.

A. Proses capture video (capturing) adalah suatu proses pemindahan hasil shoot ke komputer dan melalui proses editing file tersebut dapat diputar dalam format Avi.

B. Editing adalah proses bagaimana mengedit video dengan penambahan title, animasi, effects, musik, audio dubbing menggunakan Adobe Premiere.

Tampilan program berikut adalah screenshoot dari video profile dibuat, sesuai dengan storyboard yang telah dikumpulkan seperti gambar – gambar dibawah ini :

SCENE 1 :



LOGO PT. Daiichi Elevator Indonesia

Gambar diatas yaitu yang menjelaskan sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan agar mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya

SCENE 2 :



Website & No Telp Daiichi Seioon Elevator

Gambar diatas yang akan menjelaskan website perusahaan dan nomor telpon yang bisa dihubungi jika ada yang tertarik mencari informasi lebih lanjut.

SCENE 3 :



Misi & Visi Perusahaan

Gambar ini menjelaskan misi dan visi perusahaan yang membangun profile perusahaan.

SCENE 4 :



Kondisi pembuatannya di pabrik

Gambar diatas dibuat dengan tujuan agar masyarakat mengetahui dalam proses kerja pembuatan elevator & escalator tahap – tahapnya.

SCENE 5:



Kondisi Saat Pemasangan Elevator & Escalator di Proyek

Gambar ini menunjukkan suatu kondisi dilapangan saat pemasangan elevator maupun
105| *Danang, Erna, Upi – Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang*

escalator di proyek.

SCENE 6 :



Jenis - Jenis Elevator & Escalator yang terpasang di proyek

Gambar ini merupakan kumpulan jenis-jenis elevator dan escalator yang sudah terpasang di proyek.

Alat-Alat Yang Dipakai Dalam Produksi

Alat yang dipakai saat produksi pembuatan video antara lain adalah Camera sebagai pengambilan gambar, tripod sebagai penyangga kamera, Slider sebagai penghalus movement camera dan Boomer sebagai peredam suara yang masuk dalam perekaman gambar.

Camera Canon



Slider



Tripod



Boomer



KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai video company profile sebagai media penunjang informasi dan promosi pada PT. Daiichi Elevator Indonesia, maka dapat ditarik beberapa point sebagai kesimpulan yaitu:

1. Dalam merancang media audio visual yang efektif adalah dengan memberikan informasi mengenai sejarah perusahaan berdiri, profile, visi dan misi, hingga keunggulan dan produk yang dihasilkan serta informasi lainnya PT. Daiichi Elevator secara detail dan lengkap yang disampaikan oleh dubber dengan penyampaian bahasa yang jelas, lugas dan mudah dipahami sehingga penikmat informasi bisa mengerti dengan baik apa yang disampaikan.

2. Dalam membuat media promosi yang sangat menarik dapat memenuhi kebutuhan masyarakat luas yaitu dengan membuat karya seni yang berisikan informasi - informasi mengenai PT. Daiichi Elevator tersebut, yang dikemas kedalam bentuk video dengan perancangan konsep yang menarik, dimana terdapat : animasi tulisan dan gambar, foto - foto serta audio ditambahkan efek - efek visual yang ditunjukkan pada hal kreatifitas diminati yang dapat memenuhi kebutuhan audience diantaranya media terdapat unsur - unsur Audio, Visual dan Broadcasting sehingga akan tampak lebih bagus.

3. Video profile yang dirancang pada PT. Daiichi Elevator Indonesia, dapat membantu dalam program informasi, dimana video profile akan dirilis, diupload, dan didistribusikan dengan media promosi seperti pada channel youtube, distribusi video profile ini dapat melalui suatu link yang disebarakan atau dibagikan melalui email kepada calon pembeli dan mitra bisnis yang berminat. Selain itu video profile ini juga dipromosikan di jejaring sosial seperti facebook dan instagram yang bermanfaat agar calon-calon anggota member bisa lebih mudah melihat dan mengunggah video PT.Daiichi Elevator Indonesia. Video company profile ini dapat juga ditayangkan pada acara event-event yang diikuti oleh PT. Daiichi Elevator Indonesia.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan saran untuk PT. Daiichi Elevator Indonesia , yaitu dalam penayangan video profile sebaiknya dilakukan beberapa kali dan kirim penawaran ke customer dibesertakan video company profile agar informasi yang ada dalam video tersebut informasi dan promosi nya berfungsi dengan baik. Dikarenakan terbatasnya kemampuan penulis dan terbatasnya waktu dalam penelitian, maka pembuatan video profil PT. Daiichi Elevator Indonesia dirasakan masih banyak kekurangan dalam pengambilan gambar angel - angel perlu ketelitian ke telatenan sehingga dapat sesuai antara skenario, script, dan storyboard .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arifin, Eva. 2010, *Broadcasting To Be roadcaster*, Graha Ilmu. Yogyakarta.
 - [2] Binanto, Iwan. 2010, *Multimedia Digital (Dasar Teori dan Pengembangannya)*, ANDI. Yogyakarta.
 - [3] Haryanto, Tri dan Sarwo Nugroho. 2015, *Perancangan Video Company Profile sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Propan Raya Icc Semarang*, PIXEL Vol. 8 No. 1. Semarang : Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer.
 - [4] Hendratman, Hendi. 2015, *Computer Graphic Design*, Bandung : Informatika Bandung.
 - [5] Imanto, Teguh, Diklat Pasca Produksi Televisi, Universitas Esa Unggul, Jakarta, 201
Ayuningtyas, Melvy. 2011, *Ngedit Video Dengan Adobe Premiere CS3*, Yogyakarta:
Dunia Komputer Hal:7
 - [6] Maimunah, Lusyani Sunarya dan Nina Larasati. 2012, *Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi*, Tangerang: Jurnal CCIT (Vol.5 No.3)
 - [7] Parmania, Dwi Fitria. 2014/2015, *Perancangan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada PT. Telkom Akses Jakarta*, Tangerang :
- 108| Danang, Erna, Upi – Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang

Perguruan Tinggi Raharja.

- [8] Rosadi, Elva Sona. 2013/2014, *Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Smk Pgri 1 Tangerang*, Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja
- [9] Ruslan. 2013/2014, *Perancangan Video Profile Sebagai Penunjang Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Fesa Buana Bagasindo*, Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- [10] Supriadi,Wawan. 2015/2016,*Perancangan Media Audio Visual Berbentuk Company Profile Sebagai Penunjang Promosi dan Informasi Pada PT. Exertainment Indonesia Celebrity Fitness Karawaci*. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- [11] Febriyanto, Erick, Wahyu Hidayat, dan Rendy Angga Saputra. 2018 , *Pembuatan Video Bumper Logo 3D Animasi Almados Buana Utama Dengan Adobe After*. Technomedia Journal, 3(1), 31-43 Tangerang