

Media Video Company Profile Penunjang Informasi Dan Promosi PT. Harafiel Trijaya

Sendy Zul Friandi¹, Hendra Kusumah², Muhammad Aditya Rifky Cahyadi^{*3}

^{1,3}Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains and Teknologi Universitas Raharja,

²Program Studi Sistem Komputer Fakultas Sains and Teknologi Universitas Raharja

E-mail: ¹sendy@raharja.info, ²hendra.kusumah@raharja.info, ^{*3}aditya.rifky@raharja.info

Abstrak

Internet sudah menjadi kehidupan setiap manusia, internet memiliki beberapa macam seperti teks, gambar, foto, suara, video dan audio visual. Setiap perusahaan baik perusahaan skala besar, menengah, ataupun skala kecil membutuhkan sesuatu yang disebut dengan company profile begitu pula dengan PT. Harafiel Trijaya. Saat ini PT. Harafiel Trijaya masih menggunakan promosi dengan cara desain promosi yang dipandang masih kurang untuk penyebarannya ke masyarakat luas, sehingga perlu membuat video profil yang sangat bagus agar masyarakat atau calon customer banyak mengetahui info mengenai PT. Harafiel Trijaya. PT. Harafiel Trijaya bergerak di bidang industry jasa konstruksi (Engineering and Construction) yang meliputi Civil Works, Building and Architecture Works, Mechanical and Electrical Works. Video company profile ini dibuat dengan menggunakan aplikasi penunjang video seperti adobe premiere pro.

Kata Kunci—Profile, Teknologi, Konstruksi

Abstract

The internet has become the life of every human being, the internet has several types such as text, images, photos, sound, video and audio-visual. Every company, whether large, medium, or small-scale companies need something called a company profile as well as PT. Harafiel Trijaya. Currently PT. Harafiel Trijaya still uses promotion by means of promotional designs which are deemed insufficient for its dissemination to the wider community, so it is necessary to make a very good profile video so that the public or potential customers know a lot about PT. Harafiel Trijaya. PT. Harafiel Trijaya is engaged in the construction service industry (Engineering and Construction) which includes Civil Works, Building and Architecture Works, Mechanical and Electrical Works. This video company profile was created using video support applications such as Adobe Premiere Pro.

Keywords—Art, Sisingaan, Information, Audio Visual

1. PENDAHULUAN

Informasi yang berkembang dengan bantuan internet mengakibatkan pertukaran informasi yang semakin cepat dalam jejaring sosial. Hal tersebut dimanfaatkan sangat baik dengan menggunakan media sosial sebagai pengembang *brand* secara online oleh perusahaan atau instansi yang didukung dengan adanya layanan iklan yang dikelola langsung oleh media sosial seperti Facebook Ads, Youtube Ads, Instagram Ads dan lain sebagainya. PT. Harafiel Trijaya adalah perusahaan swasta nasional, bergerak di bidang industri jasa konstruksi (Engineering and Construction) yang meliputi Civil Works, Building and Architecture Works, Mechanical and Electrical Works. Berkedudukan kantor pusat di Taman Sentosa, Jalan Setosa Raya Timur Blok B2 No. 27A – 28, Cikarang – Bekasi 17550, Jawa Barat.

1.1. Rumusan Masalah

1. Apa kendala PT. Harafiel Trijaya dalam memasarkan dan menginformasikan produk yang dimiliki?
2. Media apa yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi dan promosi PT. Harafiel Trijaya?
3. Apa strategi pemasaran yang perlu diterapkan oleh PT. Harafiel Trijaya?

1.2. Literature Review

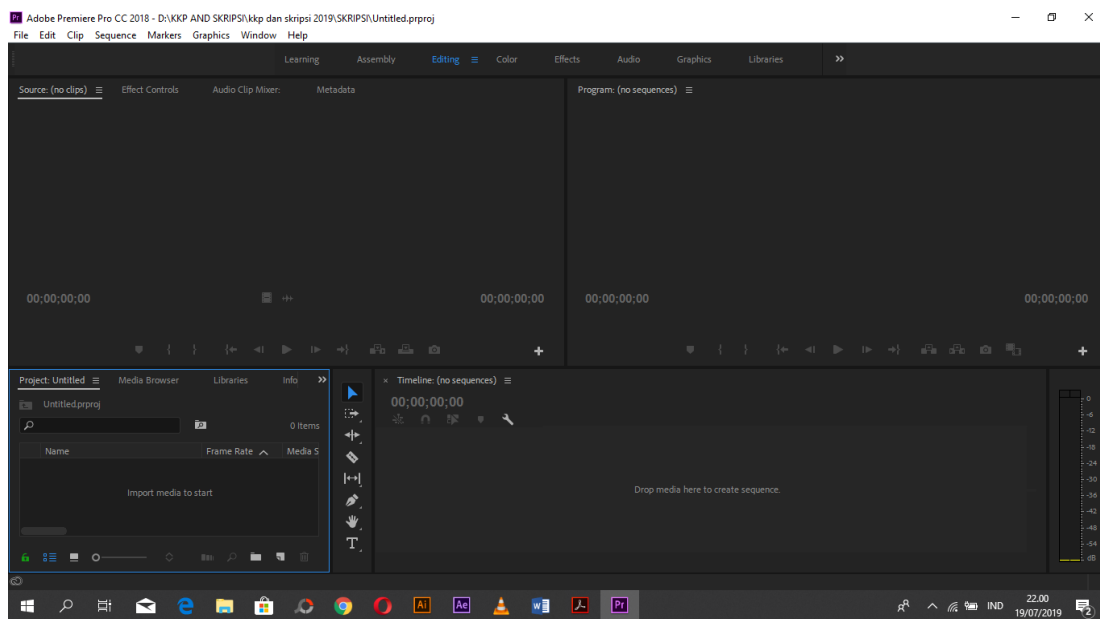
1. “Evaluasi Penunjang Teknologi Media Sosial Dalam Memperluas Bisnis Pemasaran Online”. Metode yang digunakan berbentuk survey dan responden dengan sebaran angket penelitian terhadap tiga puluh lima perusahaan yang telah menggunakan teknologi media sosial untuk memperluas aktivitas bisnis pemasaran online khususnya produk kosmetik di kota Pontianak. Penelitian tersebut menjelaskan teknologi media sosial yang mampu memperluas bisnis pemasaran online, sehingga perlunya perancangan dan dokumentasi yang jelas berupa semua dokumen teknis, kemampuan operasional, dan lain-lain sehingga pemimpin mampu mengambil keputusan dalam menjalankan rencana bisnisnya.
2. Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual And Broadcasting As A Media Promotion”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode analisis permasalahan dalam bentuk interview langsung pada pihak instansi terkait berkenaan permasalahan-permasalahan proses promosi, metode pengumpulan melalui observasi, interview atau kajian pustaka, metode analisa data berupa pengolahan data atau informasi berdasarkan metode sebelumnya, dan terakhir adalah metode analisa perancangan dengan menggunakan media aplikasi penunjang pembuatan video. Peneliti ini menjelaskan perancangan video profile sebagai penunjang promosi.
3. “Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perguruan Tinggi”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah studi pustaka terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menjelaskan mengenai perancangan media design komunikasi sebagai penunjang promosi perguruan tinggi.
4. “Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada SMK Multimedia Mandiri”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan metode pengumpulan data, konsep desain, dan analisa SWOT. Penelitian tersebut menjelaskan perancangan media komunikasi visual sebagai penunjang promosi pada SMK Multimedia Mandiri. [4]
5. “Desain Media Komunikasi Visual Penunjang Event Wisuda”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian tersebut menjelaskan perancangan media desain komunikasi yang dibutuhkan penyelenggara event wisuda diantaranya, spanduk luar-dalam, umbul-umbul atas dan bawah, backdroup, kartu undangan dan isi undangan, cover buku wisuda, media iklan ucapan selamat dan sukses.

2. METODE PENELITIAN

Beberapa metode penelitian yang digunakan adalah Metode Pengumpulan Data, yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dengan melakukan pengamatan langsung (Observasi), *interview* ataupun dari kajian pustaka. Kemudian Analisa Perancangan Media yaitu *Software* apa saja yang digunakan untuk mengedit video. Dan Konsep Produksi Media (KPM). Perancangan media video program ini melalui beberapa proses perancangan agar mendapat gambaran tentang *project* yang dibuat, sehingga memudahkan dalam membuat *video profile* ini. Tahapan yang dilakukan adalah *Preproduction*, *Production* dan *Post Production*.

2.1. Adobe Premiere Pro

Adalah fasilitas yang banyak efek pada editing dan plug-in sehingga bekerja secara cepat dan sangat mendukung banyak format *file* dan audio maupun efek-efek video.



Gambar 1. Tampilan Area Kerja Adobe Premiere Pro

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pembuatan Storyboard

Storyboard yaitu gambar atau sketsa yang dibuat berurutan sesuai naskah. *Storyboard* ini menyampaikan alur cerita kepada audience untuk lebih mudah memahami informasi yang disampaikan, oleh karena itu *storyboard* dapat menggiring seseorang mengikuti gambar ilustrasi yang ingin disampaikan, sehingga dapat menjadikan persepsi sesuai dengan alur cerita pada perancangan video. Berikut ini *storyboard* yang digambarkan *per-scene* berdasarkan alur cerita yang dirancang.

Scene 1



Gambar 2. Logo PT. Harafiel Trijaya

Menampilkan animasi Logo dan Text PT. Harafiel Trijaya *Engineering - Construction*

Scene 2



Gambar 3. Menampilkan Logo dan tampilan video *staff office* PT. Harafiel Trijaya

Scene 3



Gambar 4. Menampilkan video Planer – Engineering construction PT. Harafiel Trijaya

Scene 4



Gambar 5. Menampilkan peta PT. Harafiel Trijaya

Scene 5



Gambar 6. Menampilkan video Animasi pelayanan PT. Harafiel Trijaya

Scene 6



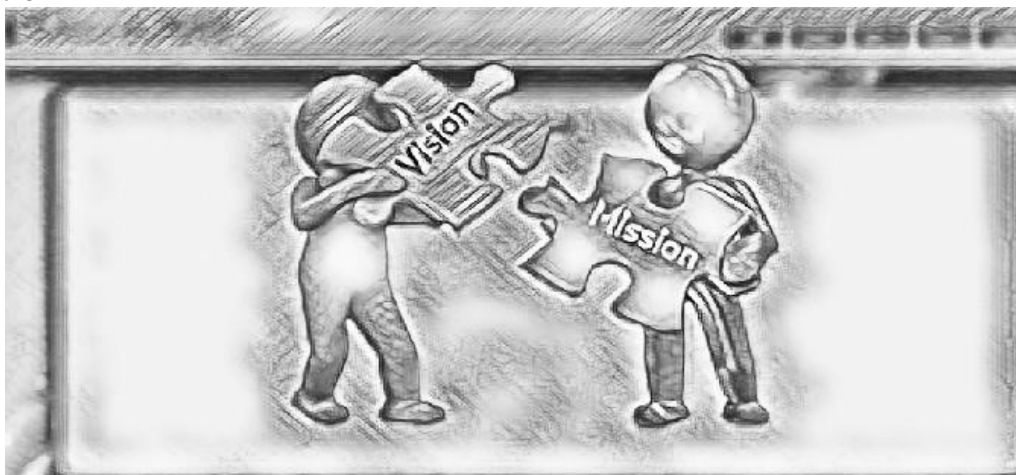
Gambar 7. Menampilkan video animasi services PT. Harafiel Trijaya

Scene 7



Gambar 8. Menampilkan video Summary of Company Legality

Scene 8



Gambar 9. Menampilkan Video Visi Dan Misi Pada PT. Harafiel Trijaya

Scene 9



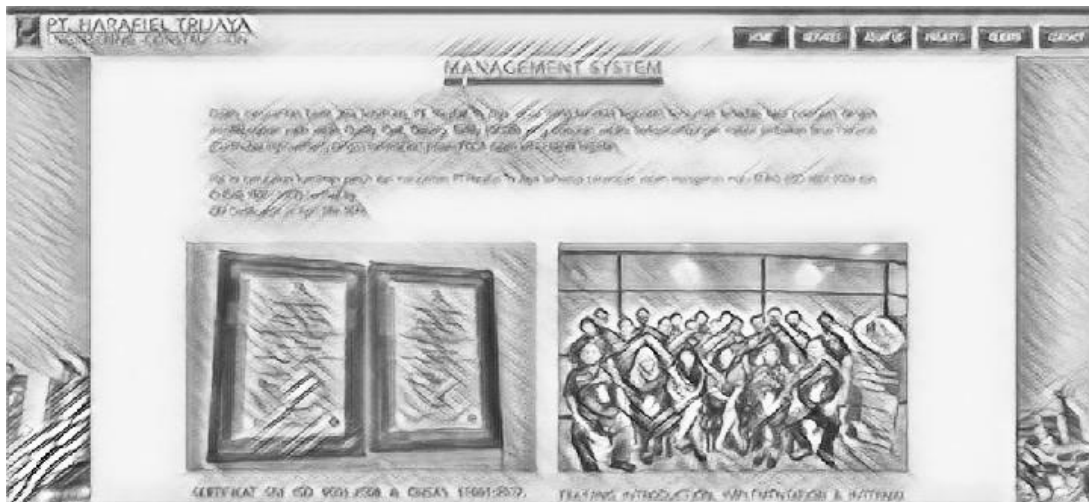
Gambar 10. Menampilkan video hasil Konstruksi Pada PT. Harafiel Trijaya

Scene 10



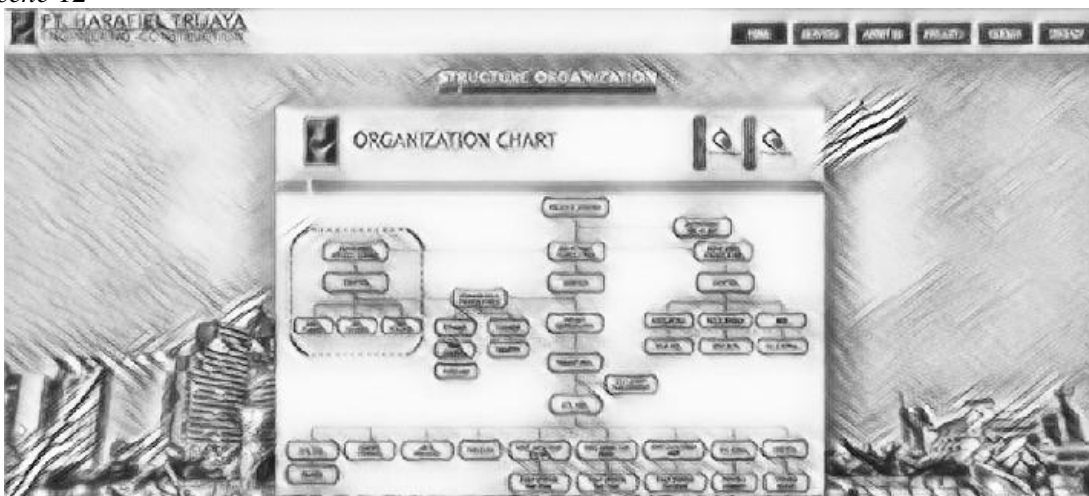
Gambar 11. Menampilkan video animasi jaminan kesehatan karyawan PT. Harafiel Trijaya

Scene 11



Gambar 12. Menampilkan video manajemen Sistem PT. Harafiel Trijaya

Scene 12



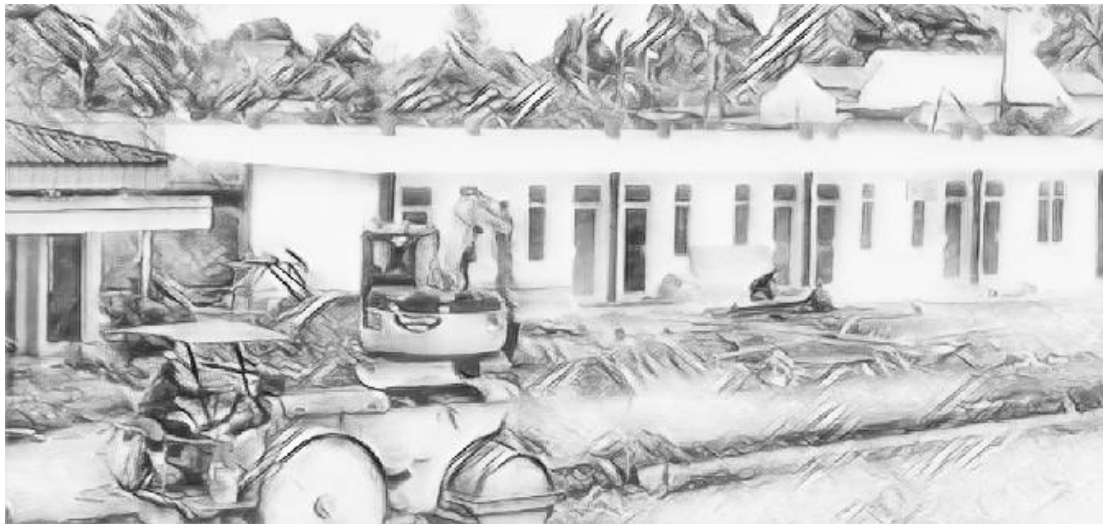
Gambar 13. Menampilkan video Struktur Organisasi PT. Harafiel Trijaya

Scene 16



Gambar 17. Menampilkan video animasi servis PT. Harafiel Trijaya

Scene 17



Gambar 18. Menampilkan video pada saat pengerjaan proyek PT. Harafiel Trijaya

Scene 18



Gambar 19. Menampilkan video pengecekan hasil jadi proyek PT. Harafiel Trijaya

Scene 19



Gambar 20. Menampilkan video Projek Awarded PT. Harafiel Trijaya

4. KESIMPULAN

Kendala yang dimiliki oleh PT. Harafiel Trijaya ialah kurangnya media yang mendukung promosi dan informasi melalui video. Walau saat ini PT. Harafiel Trijaya sendiri memiliki *website* pribadi yang berisikan informasi seputar perusahaan dan produk-produk yang dimiliki masih tidak cukup untuk membuat pangsa pasar lebih luas. Karena dalam strategi pemasaran yang dilakukanpun masih manual, yaitu dengan melakukan tender yang dilanjutkan oleh *personal meeting* oleh tim marketing.

5. SARAN

Strategi pemasaran yang masih dilakukan secara manual. Tidak adanya media promosi dan informasi berupa *audio visual*. Pangsa pasar yang tersentuh dengan strategi pemasaran yang ada masih kurang luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Masnuna. 2018. Perancangan Pengenalan Profesi untuk Meningkatkan Tingkat Pendidikan Dusun Pucuan Sidoarjo. Surabaya : *University of Pembangunan National*. Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual. ISSN : 2541-4550. Vol. 3, No. 2 : 29.
- [2] Prijanto, Jossapat Hendra. 2017. Pemanfaatan Video Dalam Pembelajaran Pancasila dan Kewarganegaraan Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Terhadap Kebijakan Publik. Tangerang : Universitas Pelita Harapan. Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS. ISSN 2503 – 5347. Vol. 2, No. 1 : 9.
- [3] Wibowo, Edi. Dewi Popi Romika dan, Mega Cut Ryana. 2017. Perancangan Video *Profile* Sebagai Penunjang Media Informasi dan Promosi Pada SMA Citra Islami Tangerang. Yogyakarta : STMIK AMIKOM. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia. ISSN : 2302-3805. Vol.1, No.3 : 62, 64-65.

- [4] Muhammad, Daru. dan Arta Uly Siahaan. 2017. Film Dokumenter Budaya Betawi Ondel-ondel di Negeri Silancang Kuning Berdasarkan Sinematografi Teknik Pengambilan Gambar. Batam : Politeknik Negeri Batam. *Journal Integrasi*. e-ISSN : 2548-9828. Vol. 9 No.1 : 29.
- [5] Tama, Adi Kusuma Widya. Azwar Aditya Putra. Muhammad Aziz Fikri. 2018. Video Profile Jurusan Sistem Komputer Jenjang Strata Satu Pada STMIK Raharja Tangerang. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja. *CERITA Journal*. ISSN : 2461-1417. Vol, 4. No.2 : 101-106.