
Video Company Profile Untuk Sarana Promosi Di CV. Liarie Radha Kayana Cikarang Bekasi

Ruli Supriati*¹, Patric Bagas Agastya Adhi Putra ², Mistano³

^{*123}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi, Universitas Raharja
Email: ^{*1} ruli@raharja.info, ² patric.bagas@raharja.info, ³ mistano@raharja.info

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuat setiap orang berinovasi, berinovasi dan membuat terobosan baru yang bermanfaat. Selain itu, perusahaan harus tanggap dalam menyikapi perkembangan tersebut. Perusahaan CV. Liarie Radha Kayana ini bergerak di bidang konveksi. yang memproduksi kaos, polo shirt, baju kemeja, seragam karyawan, jaket, topi, tas, sweater, wearpack, kain rayon, kain katun, bahan batik, aneka tenda dan velbed dengan garansi kualitas terbaik Adanya perusahaan ini bertujuan untuk melayani kebutuhan kain secara grosir dan melayani kebutuhan konveksi untuk kalangan pelaku industri, sekolah, instansi pemerintah, Perguruan Tinggi, restoran dan komunitas bisnis lainnya. Kendala perusahaan saat ini adalah belumnya memiliki media video company profile untuk penunjang promosi perusahaan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bekerja sama dengan klien dan perusahaan lain. Oleh karena itu media video promosi ini dapat penyampaian informasi berupa profil, fasilitas, visi dan misi, proses pembuatan produk, produk yang dihasilkan dan keunggulan produk. Metode yang digunakan adalah Concept Media Production (KPM) yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Melalui media video ini dinilai lebih menarik karena terdapat audio dan visual yang didukung dengan informasi update dan lengkap agar membantu perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci – Media Promosi, Video Company Profile

Abstract

The rapid development of information technology makes everyone innovate, innovate and make useful new breakthroughs. In addition, companies must be responsive in responding to these developments. Company CV. Liarie Radha Kayana is engaged in convection. which produces t-shirts, polo shirts, shirts, employee uniforms, jackets, hats, bags, sweaters, wearpacks, rayon fabrics, cotton fabrics, batik materials, various tents and velbeds with the best quality guarantee. and serve the needs of convection for industry players, schools, government agencies, universities, restaurants and other business communities. The company's current obstacle is that they don't have a company profile video media to support company promotions. With this research, it is hoped that we can collaborate with other clients and companies. Therefore, this promotional video media can convey information in the form of profiles, facilities, vision and mission, product manufacturing processes, products produced and product advantages. The method used is Concept Media Production (KPM), namely pre-production, production and post-production. This video media is considered more attractive because there are audio and visuals that are supported by updated and complete information to help the company be better known by the wider community.

Keywords – Media Promotion, Video, Company Profile

1. PENDAHULUAN

Company profile sebuah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah perusahaan, status perusahaan saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis perusahaan. untuk memudahkan masyarakat dapat memahami tujuan dalam perusahaan tersebut. ^[1]

Company profile memiliki peranan yang cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen, serta dapat membangun sebuah citra perusahaan agar dapat dikenal khalayak luas

CV. Liarie Radha Kayana yang berlokasi di Jl. Tropika VI B1/35, Jayamukti, Kec. Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, Jawa barat. merupakan sebuah perusahaan konveksi yang memproduksi kaos, polo shirt, baju kemeja, seragam karyawan, jaket, topi, tas, sweater, wearpack, kain rayon, kain katun, bahan batik, aneka tenda dan velbed dengan garansi kualitas terbaik. Adanya perusahaan ini bertujuan untuk melayani kebutuhan kain secara grosir dan melayani kebutuhan konveksi untuk kalangan pelaku industri, sekolah, instansi pemerintah, Perguruan Tinggi, restoran dan komunitas bisnis lainnya yang ada di seluruh Indonesia, yang nantinya akan didistribusikan melalui jasa kirim KGExpress untuk pengiriman produk ke seluruh Indonesia.

Permasalahan yang terdapat pada perusahaan yaitu perusahaan tidak mempunyai media sarana untuk mendukung promosinya. Perusahaan saat ini hanya menggunakan situs web dan media sosial seperti iklan *digital* di *Instagram* dan *Facebook* dan melakukan presentasi langsung kepada calon klien dan relasi. Informasi yang ada di media masih kurang lengkap sehingga belum menggambarkan identitas perusahaan secara efektif. Sehingga strategi pemasaran produk tidak mencapai target yang diharapkan

Berdasarkan analisa permasalahan diatas, diperlukan sebuah perancangan media video *company profile* dengan diantaranya yaitu: *profile* perusahaan, fasilitas alat produksi, proses pembuatan produk, 3 visi dan misi perusahaan, hasil produk yang telah dihasilkan dan keunggulan produk yang telah dihasilkan oleh CV. Liarie Radha Kayana.

Disuatu instansi atau perusahaan *company profile* merupakan salah satu cara mengenalkan perusahaan secara singkat kepada khalayak ramai,^[2] Penelitian ini memiliki tujuan meningkatkan kepercayaan calon klien, relasi perusahaan, instansi, komunitas bisnis dan masyarakat pada produk yang dihasilkan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan diantaranya,(1) Pengumpulan Data diantaranya yaitu: observasi, wawancara (*interview*) dan studi kepustakaan, (2) Konsep produksi media, yaitu: *preproduction*, *production* dan *post production* dan (3) aplikasi desain media dan desain video, yaitu: *Adobe After Effect Pro CC 2020* dan *Adobe Premiere Pro CC 2020*.

2.2. Literature Review

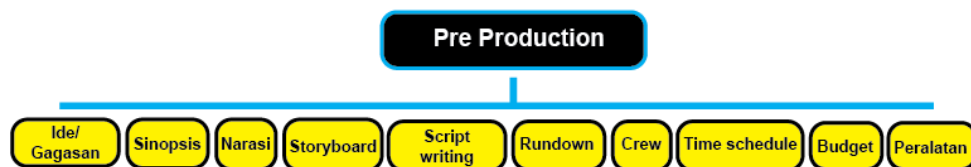
1. Annashri and Sandi Justitia Putra (2021) " Perancangan Media Video Company Profile "LPK Logika Internasional ", Hasil penelitian yaitu untk membuat mereka menjadi lebih tertarik untuk belajar Bahasa Jepang di perusahaan tersebut.^[3]
2. Siregar, dkk (2021) "Perancangan *Company Profile* dan Iklan Facebook Pada Cv Sinar Teknik", Hasil penelitian yaitu untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan pendapatannya pada perusahaan. ^[4]
3. Rosetia, dkk (2021) "Meningkatkan Marketing Ois Coffee Melalui Pembuatan Video *Company Profile* di Masa Pandemi *Covid-19*", Hasil penelitian yaitu untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan UMKM OIS Kopi kepada masyarakat dengan cara membuat *video profile* dan tampilan social media UMKM. ^[5]
4. Widijaya, Jolin Floren Elvinis, Alvina, Aviany Santi, and Versia Silvana. (2021) "Perancangan *Company Profile* dan Marketing *Tools* Sebagai Alat Perluasan Pemasaran di Toko Yummybowl", Hasil penelitian yaitu membantu pihak mitra dalam memperluas segmentasi pasar dan meningkatkan penjualan mitra dengan cara perancangan *company profile* dan marketing tools untuk mitra tersebut. ^[6]

- Lionna, dkk (2021) “ Mempromosikan SMK Vidya Sasana Tanjung Balai Karimun Melalui Pembuatan *Company profile* dan Tiktok “, Hasil penelitian yaitu untuk menginformasikan kepada masyarat luas dan diharapkan meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahunnya. ^[7]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Preproduction*

Preproduction merupakan awal dari tahapan pemain dan crew untuk bekerjasama mempersiapkan konsep saat shooting. Pada tahap *Preproduction* terdiri dari 10 tahap yaitu: ide, sinopsis, narasi, *storyboard*, *script writing*, *rundown*, *crew*, *time schedule*, anggaran/*budget*, dan peralatan yang digunakan.



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Perencanaan awal dalam tahap *preproduction* dengan menentukan ide atau gagasan sebelum pembuatan video, dengan konsep video *company profile* CV. Liarie Radha Kayana yang menampilkan informasi meliputi: profil perusahaan, fasilitas alat produksi, visi dan misi perusahaan, proses pembuatan produk, produk yang dihasilkan dan keunggulan produk yang dihasilkan, yang bertujuan untuk meningkatkan minat klien, relasi perusahaan dan masyarakat yang ingin bekerjasama dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk setiap tahunnya.

2. Sinopsis

Sinopsis merupakan alur cerita singkat yang akan dikembangkan menjadi *scenario* (naskah), untuk menarik *audience* akan cerita yang disampaikan yaitu:

“CV. Liarie Radha Kayana adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang konveksi. CV. Liarie Radha Kayana mampu melayani kebutuhan konveksi untuk pelaku industri, instansi pemerintah, perguruan tinggi, restaurant dan lainnya. CV. Liarie Radha Kayana memiliki berbagai macam alat produksi seperti peralatan pemotongan kain, mesin sablon, dan mesin jahit yang berteknologi modern. Proses produksi dimulai dari pemilihan bahan baku, proses pemotongan bahan baku, proses produksi yang sesuai dengan standard hingga sampai proses pengemasan yang baik. Produk yang dihasilkan CV. Liarie Radha Kayana berupa baju kemeja, tas, sweater, jaket, seragam karyawan, kaos, polos shirt, topi, wearpack. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan, memiliki keunggulan dengan bahan dasar konveksi yang terbaik di berikan kepada setiap produk.”

3. Narasi

Narasi merupakan suatu proses wacana oleh scriptwriter secara bertahap, dimulai dari ide langsung ke divisualisasikan.

Tabel 1. Narasi

| Narasi Video <i>Company Profile</i> |
|---|
| “CV// Liarie Radha Kayana berdiri sejak tahun dua ribu delapan// Adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konveksi/ yang berlokasi di Jalan Tropika enam Blok B satu Nomor tiga puluh lima, Jayamukti, Kecamatan Cikarang Pusat/ Kabupaten Bekasi/ Jawa Barat// CV// Liarie Radha Kayana merupakan salah satu perusahaan yang mampu melayani kebutuhan konveksi untuk pelaku industri/ instansi pemerintah/ perguruan tinggi/ restaurant dan yang lainnya// |

memiliki berbagai macam alat produksiseperti peralatan pemotongan kain/ mesin sablon/ serta mesin jahit berteknologi modern// Berikut relasi yang sudah bekerjasama dengan CV// Liarie Radha Kayana// Memiliki visi dan misi menjadi perusahaan konveksi terbaik di Kabupaten bekasi dan melayani kebutuhan konveksi untuk Kawasan Industri Jababeka// proses produksi dimulai dari pemilihan bahanbaku/ proses pemotongan bahan baku/ proses produksi yang sesuai dengan standard/ hingga proses pengemasan yang baik// Varian produk dari CV// Liarie Radha Kayana berupa baju kemeja/ tas/ sweater serta varian produk lainnya seperti jaket/ seragam karyawan/ kaos/ polo shirt/ topi/ wearpack yang menjadi produk unggulan// produk yang telah dihasilkan memiliki keunggulan menggunakan bahan baku konveksi berkualitas terbaik yang diberikan kepada setiap produk// Dengan visi menjadi perusahaan konveksi terbaik/ CV// Liarie Radha Kayana hadir untuk memenuhi kebutuhan konveksi di seluruh indonesia//”

4. Storyboard

Storyboard adalah urutan *drawing sketch* dilengkapi dengan catatan teknik pengambilan gambar untuk kebutuhan media video *company profile*. Berikut ini adalah *storyboard* dari media video *company profile* pada CV. Liarie Radha Kayana.



Gambar 2. Scene 1/ menampilkan bumper opening Logo CV. Liarie Radha Kayana



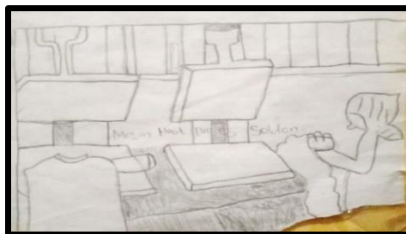
Gambar 3. Scene 2/ EXT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan plang Welcome to Kota Jababeka



Gambar 4. Scene 3/ INT/ Day/ Medium shot/ Menampilkan karyawan sedang melakukan pengecekan sebelum produksi tas



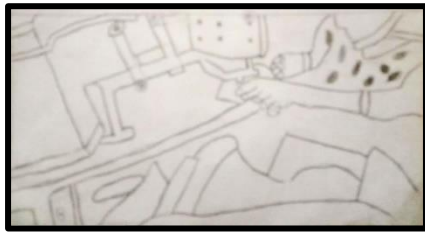
Gambar 5. Scene 4/ INT/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan karyawan sedang menggunakan mesin jahit



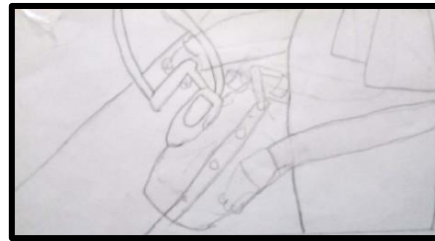
Gambar 6. Scene 5/ Int/ Day/ Medium Long shot/ Menampilkan fasilitas mesincetak sablon



Gambar 7. Scene 6/ INT/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan pemilihan bahan baku produksi



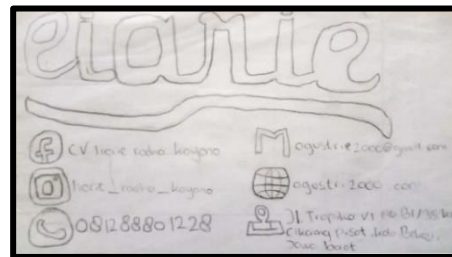
Gambar 8. *Scene 7/ Int/ Day/ Medium Close Up/* Menampilkan proses menjahit baju kemeja



Gambar 9. *Scene 8/ Int/ Day/ High Angle/* Menampilkan karyawan sedang menyeterika hasil produksi baju kemeja dan menjelaskan keunggulan produk yang dihasilkan



Gambar 10. *Scene 9/ Int/ Day/ High Angle/* Menampilkan proses pengemasan hasil produksi baju kemeja



Gambar 11. *Scene 10/* Menampilkan *Closing Bumper*

5. Script Writing

Script Writing merupakan sebuah rancangan teks dengan setiap *scenedari* hasil ide yang telah diproses sehingga menjadi konsep yang menarik. Berikut ini adalah *script writing* dari rancangan video ini:

Tabel 2. *Script Writing*

| No. | Visual | Audio |
|-----|---|--|
| 1. | Menampilkan <i>bumper</i> opening logo CV. Liarie Radha Kayana | Music |
| 2. | Menampilkan plang <i>welcome to</i> Kota Jababeka | Music |
| 3. | Menampilkan karyawan sedang melakukan pengecekan sebelum produksi tas | Salah satu perusahaan yang mampu melayani |
| 4. | Menampilkan karyawan sedang menggunakan mesin jahit | Kebutuhan konveksi untuk pelaku industri/ instansi pemerintah/ perguruan tinggi/ restaurant dan yang lainnya// |
| 5. | Menampilkan fasilitas mesin cetak sablon | Mesin sablon/ |
| 6. | Menampilkan pemilihan bahan baku produksi | Proses produksi dimulai dari pemilihan bahan baku/ |
| 7. | Menampilkan proses menjahit baju kemeja | Proses produksi yang sesuai dengan standard/ |

| | | |
|-----|--|--|
| 8. | Menampilkan karyawan sedang menyeterika hasil produksi baju kemeja dan menjelaskan keunggulan produk yang dihasilkan | <i>Produk yang telah dihasilkan</i> |
| 9. | Menampilkan proses pengemasan hasil produksi baju kemeja | <i>Yang diberikan kepada setiap produk//</i> |
| 10. | Menampilkan closing bumper | <i>Music</i> |

6. Rundown

Rundown adalah alur cerita dari deretan durasi yang ter program yang dibatasi oleh durasi.

Tabel 3. *Rundown*

| No. | Scene | Location | EXT/ INT | Duration | Description |
|-----|-------|--|-------------|-------------------|--|
| 1. | 2 | Kawasan Industri Jabaeka | EXT | 00:05:02-00:10:00 | Menampilkan plang <i>welcome to Kota Jababeka</i> |
| 2. | 3 | Tempat produksi CV. Liarie Radha Kayana | INT | 00:10:01-00:20:12 | Menampilkan karyawan sedang melakukan pengecekan sebelum produksi tas |
| 3. | 4 | Tempat produksi CV. Liarie Radha Kayana | INT | 00:20:13-00:29:07 | Menampilkan karyawan sedang menggunakan mesin jahit |
| 4. | 5 | Tempat produksi mesin cetak sablon | INT | 00:29:12-00:32:24 | Menampilkan fasilitas mesin cetak sablon |
| 5. | 6 | Tempat penyimpanan bahan baku | INT | 00:33:00-00:35:17 | Menampilkan pemilihan bahan baku produksi |
| 6. | 7 | Tempat produksi CV. Liarie Radha Kayana | INT | 00:35:18-00:47:19 | Menampilkan proses menjahit baju kemeja |
| 7. | 8 | Tempat penyimpanan alat pemotongan bahan baku. | INT | 00:47:21-00:52:06 | Menampilkan karyawan sedang menyeterika hasil produksi baju kemeja dan menjelaskan keunggulan produk yang dihasilkan |
| 8. | 9 | Tempat produksi mesin cetak sablon | INT | 00:52:07-00:54:07 | Menampilkan proses pengemasan hasil produksi baju kemeja |

7. Penyusunan Crew

Susunan *Crew* merupakan sekelompok orang yang terlibat dalam proses produksi video *company profile* yang memerlukan beberapa *crew* sebagai berikut : Sutradara, *cameraman*, *asisten cameraman*, *editor*, *script writer*, *Voice Over*: Ini adalah susunan *crew* untuk proses produksi video

Tabel 4. Susunan *Crew*

| No. | Jabatan | Nama |
|-----|--------------------------|---------------------------------|
| 1. | Sutradara | Patric Bagas Agastya Adhi Putra |
| 2. | <i>Cameraman</i> | Patric Bagas Agastya Adhi Putra |
| 3. | <i>Asisten cameraman</i> | Fajar Setiawan |
| 4. | <i>Editor</i> | Patric Bagas Agastya Adhi Putra |
| 5. | <i>Script Writer</i> | Patric Bagas Agastya Adhi Putra |
| 6. | <i>Voice Over</i> | Marcia Devana |

8. *Time Schedule*

Time Scheule merupakan sebuah *planing* keseluruhan sebelum memulai produksi CV. Liarie Radha Kayana dengan jangka waktu mulai dari oktober 2021 sampai februari 2022.

Tabel 5. *Time Schedule*

| Tahapan | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
|-----------------|--------------------------|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | 2021 | | | | 2021 | | | | 2021 | | | | 2022 | | | | 2022 | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Pre Production | Pengajuan Obsevasi | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pengumpulan Data | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Analisis Data | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Ide/Gagasan | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sinopsis/Cerita | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Narasi | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| | Storyboard | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| | Script Writing | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| | Rundown | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| | Time Schedule | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| | Anggaran/Budget | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | |
| Production | Perencanaan Multimedia | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | |
| | Perencanaan Audio | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | |
| | Perencanaan Visual | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | |
| | Perencanaan Broadcasting | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | |
| Post Production | Digitizing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Editing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Mixing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Finishing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Exporting | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Segmen Pasar | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |

9. *Budget*

Sebelum produksi memikirkan keungan yang akan digunakan untuk membuat sebuah project. Yang didalamnya terdapat jasa peralatan yang akan digunakan dan jasa crew selama proses shooting. Berikut ini adalah anggaran yang diperlukan:

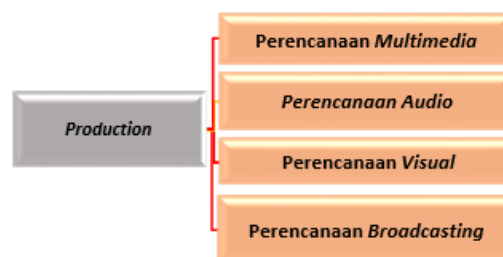
Tabel 6. *Budget* Produksi Media

| No | Alat Produksi | Ket | Hari | Jumlah | Biaya Produksi | Total |
|-----|---------------------|-----|--------|--------|----------------|-------------|
| 1. | Pengajuan observasi | - | 5 hari | - | Rp. 60.000 | Rp. 300.000 |
| 2. | Pengumpulan data | - | 9 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 180.000 |
| 3. | Analisis Data | - | 4 hari | - | Rp. 60.000 | Rp. 240.000 |
| 4. | Ide/Gagasan | - | 4 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 80.000 |
| 5. | Sinopsis/Cerita | - | 2 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 40.000 |
| 6. | Narasi | - | 2 hari | - | Rp. 150.000 | Rp. 300.000 |
| 7. | Storyboard | - | 3 hari | - | Rp. 7.000 | Rp. 21.000 |
| 8. | Script Writing | - | 3 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 60.000 |
| 9. | Rundown | - | 2 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 40.000 |
| 10. | Time Schedule | - | 2 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 40.000 |
| 11. | Anggaran/Budget | - | 4 hari | - | Rp. 15.000 | Rp. 60.000 |

| | | | | | | |
|--------------|--|---------------|--------|------------|-------------------------------------|-----------------------|
| 12. | Perencanaan <i>Multimedia</i> | - | 2 hari | - | Rp. 5.000 | Rp. 10.000 |
| 13. | Perencanaan <i>Audio</i> | Sewa | 2 hari | | Rp. 20.000 | Rp. 40.000 |
| 15. | Perencanaan <i>Broadcasting</i> | - | 1 hari | - | Rp. 10.000 | Rp. 10.000 |
| 16. | <i>Digitizing</i> | - | 1 hari | - | Rp. 8.000 | Rp. 8.000 |
| 17. | <i>Editing</i> | Beli | 5 hari | 2 Software | Rp. 120.000 | Rp. 240.000 |
| 18. | <i>Mixing</i> | - | 1 hari | - | Rp. 10.000 | Rp. 10.000 |
| 19. | <i>Finishing</i> | - | 1 hari | - | Rp. 20.000 | Rp. 20.000 |
| 20. | <i>Exporting</i> | - | 1 hari | - | Rp. 10.000 | Rp. 10.000 |
| 21. | Segmen pasar | - | 3 hari | - | Rp. 1.500.000 | Rp. 4.500.000 |
| 22. | Survey Lokasi | - | 1 hari | - | Rp. 60.000 | Rp. 60.000 |
| 23. | Camera Canon EOS 1100D + Lensa Kit EFS-S18-55mm | Sewa | 2 hari | 1 Pcs | Rp. 100.000 | Rp. 200.000 |
| 24. | Camera Nikon D5100 | Sewa | 1 hari | 1 Pcs | Rp. 100.000 | Rp. 100.000 |
| 25. | SanDisk Extreme PRO SDXC UHS-I 64GB SD Memory Card | Sewa | 2 hari | 1 Pcs | Rp.40.000 | Rp.80.000 |
| 26. | Memory Card Reader OTG 3in1 USB Type C 64 GB | Beli | 1 hari | 1 Pcs | Rp. 45.000 | Rp. 45.000 |
| 26. | Flash Disk Sandisk Cruzer Blade 16GB | Beli | - | 1 Pcs | Rp. 50.000 | Rp. 50.000 |
| 27. | Laptop Toshiba Satellite L510 | Milik Pribadi | - | 1 Pcs | Rp. 2.600.000 | Rp. 2.600.000 |
| 28. | DVD + Label + Casing | Beli | - | 3 Pcs | Rp. 20.000 | Rp. 60.000 |
| 29. | Transportasi Motor dan Bensin | Beli | 1 hari | 2 Orang | Rp. 60.000 | Rp. 120.000 |
| 30. | INBEX Clip On Microphone | Beli | - | 2 Pcs | Rp. 40.000 | Rp. 80.000 |
| 31. | Konsumsi | Beli | 3 hari | 2 Orang | Rp.40.000 x 2 Orang = Rp. 80.000 | Rp. 360.000 |
| 32. | Voice Over | Sewa | 2 hari | 1 Orang | Rp. 20.000 | Rp. 40.000 |
| Total | | | | | | Rp. 10.034.000 |

3.2. Production

Merupakan tahap pengambilan gambar dan video di lapangan. Pada tahap ini sangat dibutuhkan ide kreatif dalam membuat rancangan maka diperlukannya kerjasama pemain, sutradara, dan crew untuk menentukan pre production dalam bentuk naskah, skenario, dan storyboard yang sudah dibuat.



Gambar 12. Production

1. Perencanaan Multimedia

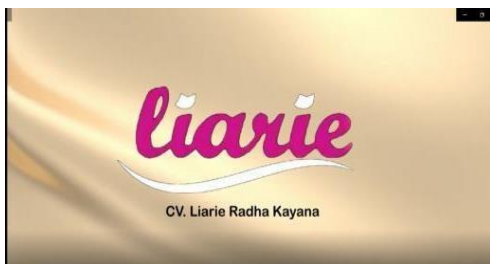
Perencanaan *multimedia* merupakan tahapan penyajian isi video berupa teks, suara, dan gambar untuk menciptakan sebuah media video *blended learning*.

- a. Dalam media video *blended learning* ini font yang digunakan yaitu *Arial Black* dan *Caramel Sweets*.

- b. Gambar yang digunakan di video *blended learning* adalah gambar logo, gedung sekolah, karakter animasi 2 dimensi dalam bentuk png, jpg, dan mp4 yang berintegrasi menjadi format mp4.
 - c. Suara yang digunakan pada video *blended learning* ini adalah suara asli manusia (*dubber*), *backsound Upbeat Happy Background Music No Copyright*, dan *sound effect* sebagai pemanis teks.
2. Perencanaan Audio
- Ini adalah uraian bagian dari suara.
- a. *Backsound* yang dipakai untuk pembuatan media pembelajaran *blended learning* yaitu *Upbeat Happy Background Music No Copyright*
 - b. *Voice over* yang digunakan dalam media video pembelajaran yaitu berupa suara yang diisi langsung oleh pemain direkam menggunakan *microphone external* Boya agar suara lebih jernih.
 - c. *Sound effect* yang digunakan yaitu *Beatbox Logo Intro*, dan *Bird Flying, Spring Birds Chiring*, dan *bell* sebagai daya Tarik dari objek yang ditampilkan agar terkesan unik dan tidak monoton.
3. Perencanaan Visual
- Sebuah susunan konsep visual baik untuk diperlihatkan di dalam sebuah video agar dapat menghasilkan video yang menarik untuk dilihat. Dalam perencanaan visual ini terdapat teks, gambar dan visual *effect* untuk menghasilkan video yang berisikan media pembelajaran *blended learning* pada sekolah tersebut.
4. Perencanaan *Broadcasting*
- Ini adalah tahap terakhir dalam pembuatan video.
- a. Tujuan *Broadcasting* yaitu dengan adanya metode pembelajaran *blended learning* ini, dapat mempermudah pengajar ketika menyampaikan materi yang lebih menarik dan interaktif.
 - b. Video akan diimplementasikan melalui *Youtube Channel, WhatsApp Group, Instagram, Website Sekolah, Zoom Meeting* dan saat kegiatan promosi sekolah.
 - c. Hasil suatu *project* yang dibuat untuk menjangkau target lebih luas dengan memanfaatkan berbagai media elektronik dan juga media sosial sebagai tempat publikasi media video tersebut.

Program Visual

Proses produksi media video *company profile* ini, program visual dirancang dengan *software Adobe After Effect Pro CC 2020, Clip Studio Paint EX 1.8.8, dan Adobe Premiere Pro CC 2020.*



Gambar 13. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening Logo CV. Liarie RadhaKayana*



Gambar 14. *Scene 2/ EXT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan plang Welcome To KotaJababeka*



Gambar 15. *Scene 3/ INT/ Day/ Medium shot/* Menampilkan karyawan sedang melakukan pengecekan sebelum produksi tas



Gambar 16. *Scene 4/ INT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan karyawan sedang menggunakan mesin jahit



Gambar 17. *Scene 5/ INT/ Day/ Medium Long shot/* Menampilkan fasilitas mesincetak sablon



Gambar 18. *Scene 6/ INT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan pemilihan bahan baku



Gambar 19. *Scene 7/ Int/ Day/ Medium Close Up/* Menampilkan proses menjahit baju kemeja



Gambar 20. *Scene 8/ Int/ Day/ High Angle/* Menampilkan karyawan sedang menyeterika hasil produksi baju kemeja dan menjelaskan keunggulan produk yang dihasilkan



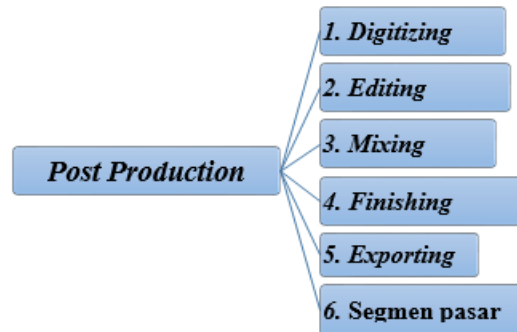
Gambar 21. *Scene 9/ INT/ Day/ High Angle/* Menampilkan proses perapihan hasil produksi baju kemeja



Gambar 22. *Scene 10/* Menampilkan *Closing Bumper*

3.3. *Post Production*

Post Production adalah tahap akhir dalam pembuatan project tahap proses *finishing* dan *mixing* dalam pembuatan video CV. Tahapan ini meliputi proses *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting* dan segmen pasar.



Gambar 23. *Post Production*

1. *Digitizing*
Digitizing merupakan tahapan pemindahan bahan dari hasil proses *shooting* untuk ke proses selanjutnya.
2. *Editing*
Editing merupakan tahapan setelah *digitizing* yang dimanaproses *editing* dari gambaran atau ide yang ada di *storyboard* di tuangkan ke dalam *software*.
3. *Mixing*
Mixing merupakan tahapan untuk menggabungkan *video*, *backsound* dan *Voice Over* ke dalam *software*.
4. *Finishing*
Finishing dengan memperhatikan kembali dari keseluruhan *video* yang sudah digabungkan dari *video*, gambar, *audio*, dan *visual* pada setiap *scene* sudah tersusun sesuai dengan *script writing*.
5. *Exporting*
Tahapan terakhir sebelum memasuki segmen pasar yaitu tahapan *Exporting* yaitu tahapan hasil dari isi video sudah sesuai dengan *script writing* bisa di *exporting*.
6. Segmen Pasar
Adalah tahapan akhir dari *Post Production*, yaitu untuk menentukan media yang akan digunakan untuk mengunggah, atau mendistribusikan video agar bisa menjangkau ke seluruh Indonesia yang membutuhkan produk konveksi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis permasalahan yang dilakukan pada CV. Liarie Radha Kayana, yaitu Media yang digunakan sebelumnya yaitu: situs web dan media sosial seperti iklan digital di *Instagram* dan *Facebook* dan melakukan presentasi langsung kepada calon klien dan relasi. Informasi di media masih belum lengkap untuk menggambarkan identitas perusahaan secara efektif. Oleh karena itu perlu dirancang sebuah media video *company profile*, untuk membantu perusahaan dalam memberikan informasi dan mempromosikan produknya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan perusahaan dan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Konsep video yang dapat menarik pelanggan dan audiens untuk mengetahui informasi

dan berkolaborasi dengan CV. Liarie Radha Kayana yaitu melalui konsep video yang informatif dan kreatif terdapat *audio*, *visual effect*, *video clip* berkualitas tinggi dan *audio clip* yang secara lengkap menjelaskan dan memperbaharui ruang lingkup perusahaan, disajikan dalam durasi yang tidak terlalu lama.

5. SARAN

Disarankan kepada pihak perusahaan untuk selalu memperbaharui informasi - informasi penting pada media video *company profile* ini terutama mengenai profil perusahaan, dalam periode waktu tertentu, agar informasi yang diberikan kepada calon klien dan relasi selalu *up to date*, supaya perusahaan ini mempunyai standar media promosi yang lebih menarik dan tidak membosankan untuk dilihat oleh calon klien dan relasi yang ada di Jabodetabek maupun di seluruh Indonesia, serta diharapkan mencapai target promosi secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Selamat, Tanda, Yuliana, dan Johan. 2022, “Perancangan Company Profile Berbasis Video Pada Kedai KR59”. Medan: *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology* e-ISSN: 2548-3528, Vol .10, No.2: 21-26
- [2] Fahril, Muhammad, dan Muhammad Farhan.2021 “Rancang Bangun Sistem Informasi Company Profile Berbasis Web Pada Pt. Gotrans Logistics: Web-Based Company Profile Information System Design at PT. Gotrans Logistics”. Riau: *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering (IJIRSE)* , E-ISSN: 2775-5754, Vol.1, No. 1: 45-52.
- [3] Rizuan, Muhammad, Adeline Adeline, Angie, dan Jacky Gunadi. 2021 “Pembuatan Video Company Profile Pada Sekolah Nizam Al-Mulk Nongsa.” In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, vol. 3, no. 1, pp. 626-629.
- [4] Siregar, Abigael Hosanna, Cynthia Valentini, Judson Ng, Leonardy Leonardy, dan Vincent. 2021 “Perancangan Company Profile Dan Iklan Facebook Pada Cv Sinar Teknik”. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Vol. 3, No. 1, pp. 607-615.
- [5] Rosetia, Amanda, Francia Veronica, Donny Arahman Racasiwi, Alexander, and Yulia Herman. 2021 “Meningkatkan Marketing Ois Coffee Melalui Pembuatan Video Company Profile di Masa Pandemi Covid-19”. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Vol. 3, No. 1, Pp. 183-186.
- [6] Widijaya, Jolin Floren Elvinis, Alvina, Aviany Santi, and Versia Silvana. 2021. ”Perancangan Company Profile dan Marketing Tools Sebagai Alat Perluasan Pemasaran di Toko Yummybowl”. Batam: In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, E-ISSN: 2714-8599, Vol. 3, No. 1: 158-163.
- [7] Lionna, Febby, Nimatul Mamuriyah, Susanti, Winna, Dennis Fernando, and Vincent Ng. 2021. “Mempromosikan SMK Vidya Sasana Tanjung Balai Karimun Melalui Pembuatan Company profile dan Tiktok”. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Vol. 3, No. 1, pp. 455-460.