

Media Company Profile Sebagai Sarana Promosi Pada CV. Sigma Panongan Kabupaten Tangerang

Mulyati*¹, Fachri Bayu Wardana², Luthfya Miranda³

¹ Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Raharja

^{2,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

Email: *¹ mulyati@raharja.info, ² fachribayu@raharja.info, ³ luthfya@raharja.info

Abstrak

Sebuah bisnis properti saat ini banyak diminati oleh masyarakat luas, salah satunya yaitu dibidang interior dan furniture. Perusahaan interior dan furniture pun semakin meningkat dengan banyaknya jumlah permintaan. Salah satu perusahaan interior dan furniture yang sedang berkembang adalah CV. Sigma Panongan. Saat ini perusahaan tersebut menghasilkan suatu produk yaitu berupa kitchen set, meja, kursi dan masih banyak lagi. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk memberikan informasi dan mempromosikan produknya sehingga bisa meningkatkan kepercayaan kepada calon klien, relasi perusahaan, instansi dan masyarakat pada produk yang dihasilkan oleh CV. Sigma Panongan. Permasalahan yang terjadi yaitu promosi dilakukan hanya melalui mulut ke mulut, dengan memanfaatkan adanya media cetak sederhana seperti brosur, kartu nama, dan melakukan presentasi dengan menunjukkan print out portofolio produk perusahaan secara langsung kepada calon klien dan relasi, sehingga perusahaan dinilai kurang dikenal dibandingkan dengan pesaing pesaingnya yang telah menggunakan media promosi yang menarik, sehingga perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yaitu video profile sebagai penunjang promosinya. Metodologi penelitian menggunakan pengumpulan data dengan dibuat menggunakan software Adobe Premiere Pro CS6 dan Adobe After Effect CS6 dan Konsep Produksi Media (KPM). Penelitian ini akan menciptakan sebuah perancangan video company profile dengan menyampaikan keseluruhan ruang lingkup perusahaan.

Kata Kunci — Video, Promosi, CV

Abstract

A property business is currently in great demand by the wider community, one of which is in the field of interiors and furniture. Interior and furniture companies are also increasing with the number of requests. One of the interior and furniture companies that is currently developing is CV. Sigma Panongan. Currently the company produces a product, namely kitchen sets, tables, chairs and much more. The purpose of this research is to provide information and sales so as to increase trust in prospective clients, company relations, agencies and the public in the products produced by CV. Sigma Panongan. The problem that occurs is that promotions are carried out only through word of mouth, by utilizing simple print media such as brochures, business cards, and making presentations by showing the company's product portfolio directly to prospective clients and relations, so that the company is considered less than its competitors who have used attractive promotional media, so the company needs a marketing strategy, namely a video profile to support its promotion. The research methodology uses data collection by using Adobe Premiere Pro CS6 and Adobe After Effects CS6 software and Media Production Concepts (KPM). This research will produce a company profile video media design by conveying the entire scope of the company.

Keywords — Promotion, Video, CV

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis properti yang semakin pesat ternyata membuka peluang usaha baru untuk dimasuki dan digeluti. Hal tersebut yakni peluang bisnis di bidang *interior* dan *furniture*, merupakan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi dalam suatu bangunan, baik itu apartemen, kantor, rumah dan tempat-tempat lainnya. Maka dari itu, dengan maraknya pertumbuhan tempat tersebut, perusahaan *interior* dan *furniture* pun semakin banyaknya permintaan dan jumlahnya juga semakin meningkat. Salah satu perusahaan *interior* dan *furniture* yang sedang berkembang adalah CV. Sigma Panongan.

Perusahaan CV. Sigma merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *interior* dan *furniture* berada di Jl. Masjid Al Muawanah No.36A RT.02/01 Kec. Panongan Kab. Tangerang. Hasil produk pada perusahaan ini yaitu berupa *kitchen set*, meja, kursi dan masih banyak lagi. Perusahaan ini berdiri sejak 21 Desember 2018, namun masih kurang dikenal oleh masyarakat. Permasalahan yang terjadi pada kegiatan promosi yang sudah dilakukan sebelumnya, hanya promosi melalui mulut ke mulut, dengan memanfaatkan media cetak sederhana seperti brosur, kartu nama, dan melakukan presentasi dengan menunjukkan *print out portofolio* produk perusahaan secara langsung kepada calon klien dan relasi. Karena strategi penyampaian media yang kurang menarik dan efektif, sehingga perusahaan kurang dikenal, dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya yang lebih gencar melakukan promosi menggunakan media promosi yang menarik. Untuk dapat meningkatkan jumlah permintaan *interior* dan *furniture*, perusahaan ini perlu menggunakan media yang lebih menarik.

Media yang digunakan saat ini dalam promosi yaitu promosi melalui mulut ke mulut, dengan memanfaatkan media cetak sederhana seperti brosur, kartu nama, dan melakukan presentasi dengan menunjukkan *print out portofolio* produk perusahaan secara langsung kepada calon klien dan relasi. Menurut *stakeholder*, saat ini perusahaan yang bergerak pada bidang *interior* dan *furniture* di wilayah Kabupaten Tangerang berjumlah 14 perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2020, perusahaan sudah bekerjasama dengan 28 klien, namun sejak adanya *pandemic covid-19* pada tahun 2021, perusahaan mengalami penurunan 17%, menjadi 23 klien yang bekerjasama. Sedangkan CV.Sigma Panongan, memiliki target peningkatan jumlah klien dari tahun-tahun sebelumnya yaitu sebanyak 30% yaitu sebanyak 30 klien.

Penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mempromosikan produknya sehingga bisa meningkatkan kepercayaan kepada relasi perusahaan, calon klien, instansi dan masyarakat pada produk yang dihasilkan oleh CV. Sigma Panongan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka diperlukan sebuah strategi pemasaran dengan membagikan seluruh gambaran tentang perusahaan. Tujuannya yaitu untuk memberikan informasi dan mempromosikan produknya sehingga bisa meningkatkan kepercayaan kepada calon klien, relasi perusahaan, instansi dan masyarakat pada produk yang dihasilkan oleh CV. Sigma Panongan. Video *company profile* ini nantinya akan presentasikan secara langsung kepada calon klien, dan diimplementasikan melalui *youtube* dan media sosial yaitu *instagram* perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Media video profil ini di dalam pembuatannya, didukung dengan beberapa metode penelitian: (1) Pengumpulan Data, melalui Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka. (2) Video *profile* pada CV. Sigma Panongan ini, dirancang dengan *Adobe After Effect CS6* dan *Adobe Premiere pro CS6*. (3) Konsep Produksi Media (KPM) terdiri dari: *Pre production*, *Production* dan *Postproduction*.

Literature Review

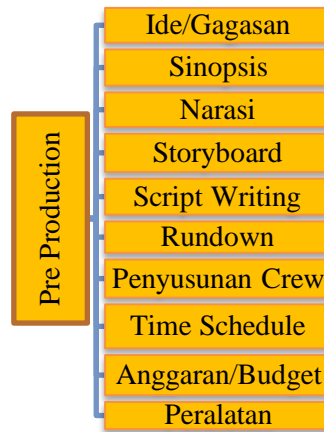
Beberapa penelitian yang berkaitan dengan media video Promosi ini yaitu:

1. Pratama, dkk (2022)^[1] berjudul “Perancangan Video *Company Profil* di SMAN 2 Tembilahan”. Tujuannya yaitu menarik calon siswa/siswi baru bagi SMA Negeri 2 Tembilahan serta meningkatkan citra sekolah agar semakin dikenal, selain itu dengan membuat video profil ini akan menambah ketertarikan masyarakat sekitar SMAN 2 Tembilahan.
2. Dewi, dkk (2022)^[2] dengan judul penelitian “Perancangan Video *Company Profile* sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco”. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan dan nilai penjualan agar lebih dikenal oleh masyarakat kota solo maupun luar kota solo.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Selamat, dkk (2022)^[3] berjudul “Perancangan *Company Profile* Berbasis Video Pada Kedai KR59”. Tujuan penelitian ini untuk mempromosikan Kedai KR59 agar produknya diketahui oleh konsumen secara luas dan sukses di pasar sasaran.
4. Evita dan Dwi Ely Kurniawan (2021)^[4] dengan penelitian berjudul “Perancangan Video *Company Profile* Instansi Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Batam”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memaksimalkan pelayanan pajak dan retribusi daerah kepada masyarakat, BP2RD Kota Batam yang membutuhkan sarana media informasi agar dapat memperkenalkan aset instansi serta transparansi pajak dan retribusi kepada pimpinan, instansi lain, dan wajib pajak.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Hunowu (2021)^[5] berjudul “Perancangan Video *Company Profile* Universitas Ichsan Gorontalo”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk meningkatkan strategi sebagai media promosi Universitas Ichsan Gorontalo.
6. Lestari, dkk (2022)^[6] dengan penelitian berjudul “*Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Quran Tangerang*”. Bertujuan untuk media video promosi Pesantren, dalam membantu marketing memberikan informasi, fasilitas, dan keunggulan seputar pesantren sehingga dapat menarik peminat bagi calon santri di seluruh Indonesia.
7. Kurniawan, dkk (2020)^[7] dengan judul “*Video Company Profile Sebagai Media Promosi Sayuran Hidroponik Boekha Farm Samarinda*”. Tujuan penelitian ini untuk mempromosikan kebun budidaya Boekha Farm agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan informasi ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih sayuran yang sehat dan bergizi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Pre production*

Pre production adalah tahapan proses perancangan *video* yang terdiri dari ide atau gagasan, pembuatan sinopsis, menyusun narasi, membuat *storyboard*, pembuatan *script writing*, menyusun *rundown*, lalu menentukan *crew* yang terlibat dalam proses produksi, menyusun *time schedule*, menentukan *budget/anggaran* dan mempersiapkan peralatan-peralatan yang akan digunakan dalam produksi media video promosi. Berikut ini adalah sepuluh tahap dalam *pre production*.



Gambar 1. *Pre Production*

1. Ide/Gagasan

Ide atau gagasan merupakan hasil dari suatu pemikiran atau usulan yang terdapat dalam diri seseorang. Konsep yang dibutuhkan untuk membuat sebuah media video *company profile* meliputi ruang lingkup perusahaan, serta memakai konsep video (audio visual) yang bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen, relasi perusahaan dan masyarakat yang ingin bekerjasama dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk setiap tahunnya.

2. Sinopsis atau Cerita

Alur cerita singkat yang merangkum dari perancangan dalam media video *company profile* pada CV. Sigma Panongan:

“CV. Sigma Panongan merupakan perusahaan interior dan furniture yang berdiri sejak tahun 2018, berlokasi di Jalan Masjid Al Muawanah No.36A Desa Panongan. Memiliki visi dan misi menjadi perusahaan terbaik dan memenuhi kebutuhan interior dan furniture. Untuk memenuhi kebutuhan produksi CV. Sigma panongan memiliki fasilitas alat yang lengkap dengan bahan baku yang memiliki keunggulan tidak mudah rusak dan tahan air. Proses produksi dimulai dari pemotongan bahan baku, perakitan, perapihan dan Proses finishing. Contoh produk interior dan furniture yang sudah dihasilkan antara lain dari kepolisian, BNN, Café dan lain sebagainya. Jasa yang ditawarkan berupa pemasangan di lokasi”.

3. Narasi

Narasi merupakan pengembangan paragraf dari sebuah teks atau bacaan yg peristiwanya dirangkai dari urutan awal, sampai urutan terakhir. Berikut ini adalah narasi dari media video *company profile* ini yaitu:

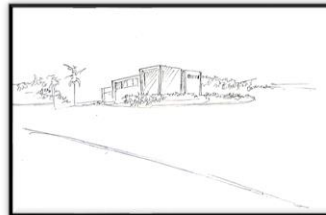
“Selamat datang di CV// Sigma Panongan/ yang berdiri sejak tahun dua ribu delapan belas/ berlokasi di Jalan Masjid Al Muawanah Nomor tiga puluh enam A Desa Panongan// Memiliki visi dan misi menjadi perusahaan terbaik dan memenuhi kebutuhan interior dan furniture// Untuk memenuhi kebutuhan produksi/ CV// Sigma panongan memiliki fasilitas alat/ diantaranya circle dan jigsaw// Dengan bahan baku utama yaitu triplek HPL dan MDF/ Yang memiliki keunggulan tidak mudah rusak dan tahan air// proses produksi dimulai dari pemotongan bahan baku sesuai ukuran/ Lalu Perakitan/ Dan perapihan menggunakan gerinda// Proses finishing dilakukan dengan pengamplasan dan pengeleman lapisan HPL// Inilah contoh produk interior dan furniture yang sudah dihasilkan antara lain kepolisian/ BNN/ Cafe dan lain sebagainya// Jasa yang ditawarkan berupa pemasangan di lokasi// CV// Sigma Panongan siap memenuhi kebutuhan interior dan furniture anda//”

4. *Storyboard*

Storyboard adalah gambar desain yang disusun secara berurutan sesuai dengan naskah cerita yang dibuat. Dengan membuat *storyboard* sendiri, penulis cerita dapat lebih menghubungkan pesan dan ide kepada orang lain. Berikut ini adalah tampilan *storyboard* dari video *profile CV. Sigma Panongan*:



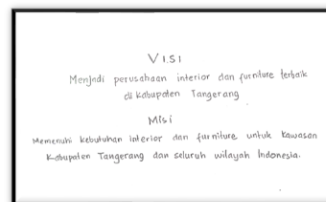
Gambar 2. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo CV. Sigma Panongan*



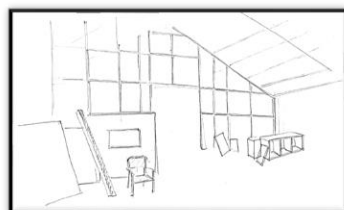
Gambar 3. *Scene 2/ Ext/ Day/ Extreme long shot/ Menampilkan Kawasan Panongan*



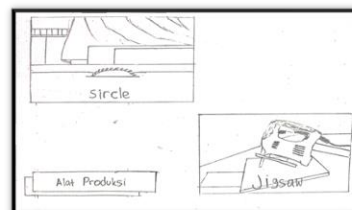
Gambar 4. *Scene 3/ Ext/ Day/ Long shot/ Menampilkan footage pintu masuk serta menjelaskan profil dan peta alamat CV. Sigma Panongan*



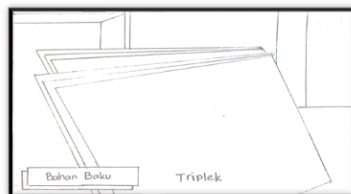
Gambar 5. *Scene 4/ Menampilkan visi dan misi perusahaan*



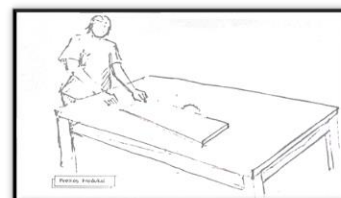
Gambar 6. *Scene 5/ Int/ Day/ Long shot/ Menampilkan suasana ruangan dalam CV. Sigma Panongan*



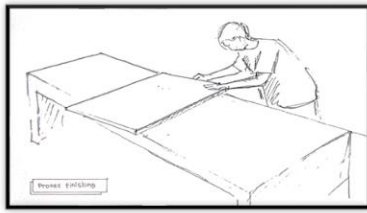
Gambar 7. *Scene 6/ Int/ Day/ Medium shot/ Menampilkan fasilitas alat sircle dan jigsaw*



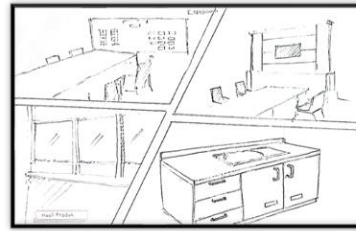
Gambar 8. *Scene 7/ Int/ Day/ Medium long shot/ Menampilkan bahan baku produksi dan menjelaskan keunggulan produk CV. Sigma Panongan*



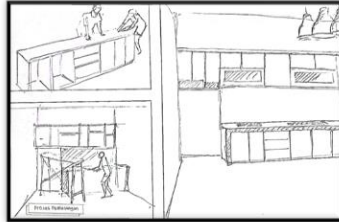
Gambar 9. *Scene 8/ Int/ Day/ Medium long shot/ Menampilkan proses produksi*



Gambar 10. *Scene 9/ Int/ Day/ Medium long shot / Menampilkan proses finishing*



Gambar 11. *Scene 10/ Menampilkan hasil produk*



Gambar 12. *Scene 11/ Menampilkan jasa pemasangan produk*



Gambar 13. *Scene 12/ Menampilkan closing bumper*

5. *Script Writing*

Script Writing merupakan sebuah rancangan berupa teks dengan rincian masing-masing *scene* yang merupakan hasil dari ide yang telah diproses menjadi sinopsis lalu dibuat dengan konsep yang menarik. Berikut ini adalah *script writing* dari rancangan video *company profile* Pada CV. Sigma Panongan:

Tabel 1. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo CV. Sigma Panongan	<i>Backsound</i>
2.	Menampilkan Kawasan Panongan	<i>Backsound</i>
3.	Menampilkan <i>footage</i> pintu masuk serta menjelaskan profil dan peta alamat CV. Sigma Panongan	<i>Selamat datang di CV// Sigma Panongan/ yang berdiri sejak tahun dua ribu delapan belas/ berlokasi di Jalan Masjid Al Muawanah Nomor tiga puluh enam A Desa Panongan//</i>
4.	Menampilkan visi dan misi perusahaan	<i>Memiliki visi dan misi menjadi perusahaan terbaik dan memenuhi kebutuhan interior dan furniture//</i>
5.	Menampilkan suasana ruangan dalam CV. Sigma Panongan	<i>Untuk memenuhi kebutuhan produksi/ CV// Sigma panongan memiliki fasilitas alat/</i>
6.	Menampilkan fasilitas alat <i>sircle</i> dan <i>jigsaw</i>	<i>diantaranya circle dan jigsaw//</i>
7.	Menampilkan bahan baku produksi dan menjelaskan keunggulan produk	<i>Dengan bahan baku utama yaitu triplek HPL dan MDF/ Yang memiliki keunggulan tidak mudah rusak dan tahan air//</i>

8.	Menampilkan proses produksi	<i>proses produksi dimulai dari pemotongan bahan baku sesuai ukuran/ lalu perakitan/ dan perapihan menggunakan gerinda//</i>
9.	Menampilkan proses <i>finishing</i>	<i>Proses finishing dilakukan dengan pengamplasan dan pengeleman lapisan HPL//</i>
10.	Menampilkan hasil produk	<i>Inilah contoh produk interior dan furniture yang sudah dihasilkan antara lain kepolisian/ BNN/ Cafe dan lain sebagainya//</i>
11.	Menampilkan jasa pemasangan produk	<i>Jasa yang ditawarkan berupa pemasangan di lokasi//</i>
12.	Menampilkan <i>closing bumper</i>	<i>CV// Sigma Panongan siap memenuhi kebutuhan interior dan furniture anda//</i>

6. *Rundown*

Serangkaian gambaran yang dibuat agar acara tersusun secara rapih dan sistematis sehingga bisa berjalan dengan lancar. Berikut ini adalah *rundown* dari perancangan media video *company profile* pada CV. Sigma Panongan :

Tabel 2. *Rundown*

No.	Scene	Location	Int/Ext	Duration	Description
1.	2	Kawasan Panongan	<i>Ext</i>	00:07:00 - 00:16:00	Menampilkan Kawasan Panongan
3.	3	Pintu Masuk	<i>Ext</i>	00:20:00 - 00:26:00	Menampilkan <i>footage</i> pintu masuk CV. Sigma Panongan
4.	5	Ruangan dalam	<i>Int</i>	00:39:00 - 00:44:00	Menampilkan suasana ruangan dalam CV. Sigma Panongan
5.	6	Ruangan alat	<i>Int</i>	00:45:00 - 00:52:00	Menampilkan fasilitas alat <i>sircle</i> dan <i>jigsaw</i>
6.	7	Ruangan bahan	<i>Int</i>	01:11:00 - 01:18:00	Menampilkan bahan baku produksi dan menjelaskan keunggulan produk
7.	8	Ruangan kerja	<i>Int</i>	01:19:00 - 01:45:00	Menampilkan proses produksi
8.	9	Ruangan kerja	<i>Int</i>	01:46:00 - 02:00:00	Menampilkan proses <i>finishing</i>

7. *Penyusunan Crew*

orang-orang yang ikut serta dalam proses produksi video *company profile* yang memerlukan beberapa *crew* sebagai berikut: *Sutradara, cameraman, asisten cameraman, editor, script writer, voice over*. Berikut adalah anggota *crew* yang terlibat dalam pembuatan video *company profile* pada CV. Sigma Panongan:

Tabel 3. *Penyusunan Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Fachri Bayu Wardana

2.	<i>Cameraman</i>	Fachri Bayu Wardana
3.	<i>Asisten Cameraman</i>	Patric Bagas Agastya Adhi Putra
4.	<i>Editor</i>	Fachri Bayu Wardana
5.	<i>Script writer</i>	Fachri Bayu Wardana
6.	<i>Voice over</i>	Suci Rahayu

8. *Time schedule*

Susunan jadwal rencana secara keseluruhan sebelum melakukan proses pembuatan project. Berikut *Time Schedule* pada media video *company profile* ini yaitu:

Tabel 4. *Time Schedule*

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

9. *Anggaran/Budget*

Pengeluaran keuangan yang dibutuhkan selama proses project berlangsung. Adapun jumlah *anggaran/budget* yang telah dikeluarkan selama pembuatan berlangsung yaitu :

Tabel 5. *Budget* Produksi Media

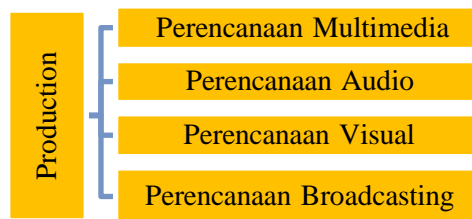
No.	Alat Produksi	Ket	Hari	Jumlah	Biaya produksi
1.	Survey Lokasi	-	2	-	@Rp. 50.000 Rp. 50.000 x 2 Hari = Rp. 100.000
2	<i>Camera Nikon D5100</i> dan Lensa Kit Nikon DX AF-5 NIKKOR 18- 55mm	Sewa	2	1	@Rp. 200.000 Rp. 200.000 x 2 Hari = Rp. 400.000
3	<i>Transcend Memory Card 8GB</i>	Beli	-	1	@Rp. 85.000
4	<i>Adapter Micro SD</i>	Beli	-	1	@Rp. 10.000
5	<i>FlashDisk Toshiba 8GB</i>	Milik Pribadi	-	1	-
6	<i>Laptop HP 14s-CF3XXX</i>	Milik Pribadi	-	1	-
7	<i>DVD + Label + Casing</i>	Beli	-	2	@Rp. 15.000 Rp. 15.000 x 2 Pcs = Rp. 30.000
8	<i>INBEX Clip On Microphone</i>	Sewa	2	1	@Rp. 25.000 Rp. 25.000 x 2 Hari = Rp. 50.000
9	Transportasi Motor dan Bensin	Beli	2	2	@Rp. 50.000 Rp. 50.000 x 2 Hari = Rp. 100.000
10	<i>Voice Over</i>	Sewa	2	1	@Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 2 Hari = Rp. 200.000
11	Konsumsi	Beli	2	2	@Rp.50.000 50.000 x 2 = Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 2 Hari = Rp. 200.000
Total					Rp. 1,165.000

10. Peralatan

Peralatan yang dibutuhkan saat proses perancangan video *company profile* berlangsung yaitu *Camera Nikon D5100 + Lensa Kit Nikon DX AF-5 NIKKOR 18-55mm, Transcend Memory Card 8GB, Adapter Micro SD, FlashDisk Toshiba 8GB, Laptop HP 14s-cf3xxx, DVD dan INBEX Clip On Microphone.*

3.2. Production

Production merupakan proses pengambilan gambar atau *video* yang dilakukan secara kerjasama dengan *crew* agar memudahkan dalam proses *shooting*.



Gambar 14. *Production*

1. Perencanaan Multimedia

media yang menggunakan bagian informasi dalam berbagai bentuk dengan perpaduan teks, gambar dan suara untuk penunjang dalam menyampaikan informasi. Perancangan multimedia memerlukan tiga tahapan yaitu:

- Teks yang digunakan dalam *video company profile* pada CV. Sigma Panongan menggunakan *Arial Rounded MT Bold* dan font *Franklin Gothic Medium*.
- Format yang digunakan dalam *video company profile* ini memiliki logo CV. Sigma Panongan yaitu dalam bentuk format *PNG*, foto-foto hasil dan jasa produk dalam format *JPG*, digabungkan menjadi *MP4*.
- Sound* yang dipakai yaitu menggunakan *Voice Over* yang digabungkan dengan *backsound* “*Chill – Sakura Hz*”.

2. Perencanaan Audio

Pada pembuatan *video company profile* CV. Sigma Panongan ini perencanaan audio sangatlah berpengaruh dalam menyampaikan sebuah informasi kepada klien dan relasi. Apabila video yang disajikan tanpa adanya sebuah audio, maka video akan menjadi kurang efektif dan tidak menarik.

- Backsound*
Backsound yang digunakan yaitu “*Chill – Sakura Hz*” yang bersumber dari *Youtube*.
- Dubbing*
Dubbing yang dibutuhkan pada *video company profile* CV. Sigma Panongan yang menjelaskan informasi mengenai keseluruhan ruang lingkup CV. Sigma Panongan.

3. Perencanaan Visual

Perencanaan visual adalah sebuah proses perencanaan visualisasi mengenai rancangan video agar dapat memberikan kesan menarik secara visualisasi. Dengan penggabungan gambar dan teks dapat menghasilkan sebuah *video company profile* yang memiliki daya tarik sebagai media penunjang sarana promosi pada CV Sigma Panongan.

4. Perencanaan *Broadcasting*

Perencanaan *Broadcasting* dibutuhkan dalam menjangkau target klien serta relasi sehingga CV. Sigma Panongan bisa mencapai target yang diinginkan.

- Youtube*
Penggunaan media *youtube* untuk melakukan promosi dinilai cukup efektif di masa modern seperti ini, karena bagi calon klien, relasi dan masyarakat sangat mudah untuk mengakses informasi perusahaan CV. Sigma Panongan yang di upload melalui channel *youtube* “Sigma Panongan” sebagai tahap implementasi.
- Instagram*
Menggunakan media *instagram* untuk melakukan kegiatan promosi dinilai cukup efektif di masa *modern* seperti ini, karena untuk calon klien, relasi dan masyarakat sangat mudah mengakses informasi mengenai perusahaan CV. Sigma Panongan di *instagram* “sigma_interior_furniture”.

c. *DVD*

Menggunakan *DVD* untuk pendistribusian media video *company profile* ini ditampilkan dan dipresentasikan secara langsung oleh marketing kepada calon klien.

Program Visual

Program visual dalam video *profile CV. Sigma Panongan* ini dibuat menggunakan *software Adobe Premier CS6 dan Adobe After Effect CS6* sebagai pembuatan efek visual dan juga menggabungkan video yang telah diseleksi.



Gambar 15. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo CV. Sigma Panongan*



Gambar 16. *Scene 2/ Ext/ Day/ Extreme long shot/ Menampilkan Kawasan Panongan*



Gambar 17. *Scene 3/ Ext/ Day/ Long shot/ Menampilkan footage pintu masuk serta menjelaskan profil dan peta alamat CV. Sigma Panongan*



Gambar 18. *Scene 4/ Menampilkan visi dan misi perusahaan*



Gambar 19. *Scene 5/ Int/ Day/ Long shot/ Menampilkan suasana ruangan dalam CV. Sigma Panongan*



Gambar 20. *Scene 6/ Int/ Day/ Medium shot/ Menampilkan fasilitas alat sircle dan jigsaw*



Gambar 21. *Scene 7/ Int/ Day/ Medium long shot/ Menampilkan bahan baku produksi dan menjelaskan keunggulan produk CV. Sigma Panongan*



Gambar 22. *Scene 8/ Int/ Day/ Medium long shot/ Menampilkan proses produksi*



Gambar 23. *Scene 9/ Int/ Day/ Medium long shot/ Menampilkan proses finishing*



Gambar 24. *Scene 10/ Menampilkan hasil produk*



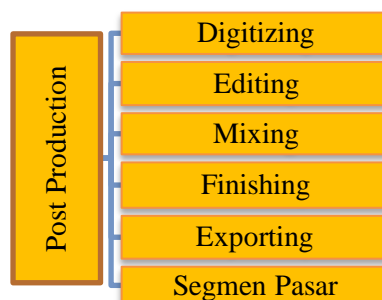
Gambar 25. *Scene 11/ Menampilkan jasa pemasangan produk*



Gambar 26. *Scene 12/ Menampilkan closing bumper*

3.3. Post Production

Tahapan terakhir di dalam proses konsep berupa gambaran yang sudah dirancang dalam *storyboard* untuk membuat hasil akhir video.



Gambar 27. *Post Production*

1. *Digitizing*
tahap awal cara memindahkan hasil syuting dari kamera ke komputer yang digunakan untuk melihat dan menyeleksi hasil pengambilan gambar yang nantinya akan dimasukkan ke dalam tahapan proses edit.
2. *Editing*
Tahapan *Editing* merupakan tahapan setelah *digitizing* yang dimana gambar hasil syuting diedit dengan susunan yang menarik untuk dilihat oleh calon konsumen dan relasi.
3. *Mixing*
Tahapan *Mixing* merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk menggabungkan teks, audio, dan *visual effect* menjadi satu sesuai dengan yang diinginkan.
4. *Finishing*
Tahapan dengan proses penyelesaian dalam *editing* yang diperlukan adanya pengecekan ulang dari segi gambar, video, *dubbing*, *background* agar tidak ada *file* yang terlewat dengan mendapatkan hasil yang terbaik.
5. *Exporting*
Tahapan terakhir sebelum memasuki segmen pasar yaitu tahapan *Exporting* yaitu tahapan hasil dari isi video sudah sesuai dengan *script writing*.
6. Segmen Pasar
Segmen pasar perancangan video *company profile* ini yaitu bisa menjangkau target sasaran di seluruh wilayah Indonesia yang membutuhkan produk *interior* serta *furniture*. Video *company profile* dirancang untuk membantu perusahaan memberikan informasi dengan mempromosikan produknya sehingga meningkatkan calon konsumen relasi perusahaan, instansi dan masyarakat pada produk yang dihasilkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada CV. Sigma Panongan Kabupaten Tangerang, telah diambil beberapa kesimpulan bahwa: Kegiatan dan media promosi yang berjalan saat ini di CV. karena strategi penyampaian media yang kurang menarik dan efektif, sehingga perusahaan kurang dikenal maka dibutuhkan media video *company profile* pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Konsep video *company profile* yang dapat meningkatkan daya tarik calon konsumen, relasi dan masyarakat terhadap CV. Sigma Panongan yaitu dengan konsep video kreatif dengan menggunakan *audio visual*, dan *visual effect*, berkualitas *HD*, serta terdapat *voice over* yang menjelaskan informasi perusahaan secara lengkap dengan durasi 3 menit. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam menginformasikan dan mempromosikan media video *company profile* ini yaitu menampilkan video ini saat presentasi secara langsung oleh bagian marketing kepada calon konsumen dan relasi serta diimplementasikan melalui sosial media seperti *instagram* «sigma_interior_furniture» dan *youtube* «Sigma Panongan» sehingga perusahaan menjadi lebih diketahui masyarakat luas.

5. SARAN

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk CV. Sigma Panongan, agar pihak perusahaan kedepannya dapat mengembangkan media yang mampu menunjang informasi dan promosi perusahaan, serta selalu memperbarui informasi video *company profile* ini, setidaknya dua tahun sekali, sehingga media yang dapat mendukung informasi selalu *up to date* sesuai dengan perkembangan perusahaan. Disarankan kepada pihak perusahaan untuk selalu mengembangkan ide-ide baru untuk konsep video *company profile* agar tidak terlalu monoton untuk dilihat oleh

masyarakat. Disarankan kepada pihak perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi pemasarannya melalui *website*, *youtube*, dan berbagai media sosial untuk membantu mencapai sasaran dan memberikan informasi lengkap terhadap calon konsumen, relasi dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pratama, Sandi Arjun. Samsudin dan Bayu Rianto. 2022. “*Perancangan Video Company Profil di SMAN 2 Tembilahan*”. Jurnal Selodang Mayang. Riau : BAPPEDA Kabupaten Indragiri Hilir. ISSN : 2620-3332. Vol.8, No.2.
- [2] Dewi, Fera Riskia. Ahmad Khoirul Anwar dan Arif Yulianto. 2022. *Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco*. Jakarta : Universitas Sahid Jakarta. Jurnal Asosiatif. ISSN : 2830-2311 Vol.1, No.1.
- [3] Selamat, Tanda. Yuliana dan Johan. 2022. *Perancangan Company Profile Berbasis Video Pada Kedai KR59*. Medan :Universitas IBBI. Jurnal Ilmiah Core IT. ISSN : 2548-3528. Vol.10, No.2.
- [4] Evita dan Dwi Ely Kurniawan. 2021. *Perancangan Video Company Profile Instansi Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Batam*. Batam : Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Multimedia And Networking (JAMN)*. ISSN : 2548-6853. Vol. 5, No.1.
- [5] Hunowu, Risti Puspita Sari. 2021. *Perancangan Video Company Profile Universitas Ichsan Gorontalo*. Bali : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut Desain dan Bisnis Bali. Jurnal Nawala Visual. ISSN : 2684-9801. Vol. 3, No. 2.
- [6] Lestari, Karunia Suci. Putri Rahayu Ningsih dan Mochammad Febrianto. 2022. *Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Quran Tangerang*. Tangerang : Universitas Raharja. *Mavib Journal*. ISSN : 2723-200X. Vol.3, No.2.
- [7] Kurniawan, Yudi. Edy Budiman. Muhammad Bambang Firdaus. Masna Wati dan Anton Prafanto. 2020. *Video Company Profile Sebagai Media Promosi Sayuran Hidroponik Boekha Farm Samarinda*. Samarinda : Universitas Mulawarman. Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi. ISSN: 2579-8790. Vol.4, No.2.