

Video Company Profile Sebagai Sarana Promosi Bunga Coffee Pada PT. Kejar Aku Terus

Novi Choliso¹, Djodi Setiawan^{*2}, Hairlina Fajrin³, Sandro Alfeno⁴

¹Program Studi Manajemen Informatika, ^{*2,3}Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja Tangerang, Indonesia

Email: ¹ novi@raharja.info, ^{*2} djodi@raharja.info,

³ hairlina@raharja.info, ⁴ sandro@raharja.info

Abstrak

Semua orang menyukai kopi sekarang. Saat ini perusahaan-perusahaan pertanian kopi berlomba-lomba mengembangkan strategi periklanan yang menguntungkan dan menarik dengan menggunakan profil perusahaan berbasis video. PT. Kejar aku terus merupakan sebuah perusahaan perkebunan kopi di Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan perusahaan dan menarik perhatian masyarakat terhadap produknya. Permasalahannya, hingga saat ini, satu-satunya cara untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan adalah melalui presentasi langsung dari bagian pemasaran dan melalui akun media sosial Instagram. Informasi tersebut dinilai sangat sederhana dan tidak menarik karena hanya berupa rekaman foto dan repost Instagram Stories. Dari hasil wawancara diketahui bahwa pada tahun 2020, produk Bunga Coffee terjual sebanyak 800 produk. Setelah itu penjualannya menurun menjadi 450 unit pada 2021, dan pada Januari hingga September 2022 penjualannya hanya 350 unit. Untuk memperkenalkan Bunga Coffee dan menarik perhatian masyarakat, dibutuhkan video profil Bunga Coffee yang dipublikasikan melalui akun Instagram dan YouTube perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, penelitian literatur, perancangan media menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2015, Adobe After Effects CC 2015, Photoshop CC 2015, dan konsep produksi media. Melalui media video ini diharapkan dapat meningkatkan profil perusahaan Bunga Coffee serta meningkatkan minat pelanggan dan masyarakat terhadap produk perusahaan.

Kata Kunci – Video, Profil Perusahaan, Bunga Coffee

Abstract

Everybody loves coffee now. Nowadays, coffee farming companies are racing to develop profitable and engaging advertising strategies using video-based company profiles. Kejar I Continues is a coffee planting company in Bogor. The aim of this research is to introduce the company and attract public attention to its products. The problem is, so far, the only way to communicate information about the company is through a direct presentation from the marketing department and through Instagram social media accounts. Interviews revealed that by 2020, Coffee Flower products were sold as many as 800 units, after which sales dropped to 450 units in 2021, and from January to September 2022 sales were only 350 units. To introduce Coffee Flowers and attract the public's attention, it is necessary to publish a video of the Coffee flower's profile through the company's Instagram and YouTube accounts. The research uses observation methods, interviews, literature research, media design using Adobe Premiere Pro CC 2015, Adobe After Effects CC 2015, Photoshop CC 2015, and media production concepts. Through this video media it is expected to improve the profile of the company Bunga Coffee as well as increase the interest of customers and the public in the company's products.

Keywords – Video, Company Profile, Bunga Coffee

1. PENDAHULUAN

Kopi sangat disukai oleh semua orang di zaman sekarang ini. Orang yang menyukai kopi dan pengusaha yang bekerja dalam bisnis minuman kopi pasti mencari produk kopi terbaik. Kopi dapat ditemukan di mana saja, baik di *coffee shop*, kafe, restoran, dan sebagainya. Saat ini, sebuah perusahaan dalam bidang usaha perkebunan kopi berkompetisi untuk mengembangkan strategi promosi yang informatif dan menarik untuk disampaikan kepada sasaran. Salah satu cara yang sering digunakan untuk memperkenalkan perusahaan adalah profil video.

Profil perusahaan berbasis media video dapat menunjukkan keseluruhan ruang lingkup dan berbagai keunggulan perusahaan, sehingga menjadi daya tarik promosi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan. Diharapkan profil dan produk perusahaan akan menjadi lebih dikenal publik.

Perusahaan perkebunan kopi Bunga *Coffee*, yang dikelola oleh PT. Kejar Aku Terus, berlokasi di Jl. Rw. Gede, Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810. Didirikan oleh Bapak Opa Iskandar pada tahun 2019, dikenal dengan perusahaan perkebunan kopi dengan luas tanah untuk penanaman kopi seluas 17 hektar di ketinggian 1200-1400 mdpl. Memiliki fasilitas diantaranya, kebun, tempat pencucian biji kopi, tempat pengeringan, mesin penggiling untuk memisahkan buah kopi, menjadi biji kopi dan juga memiliki tempat penjemuran biji kopi. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Opa Iskandar dan menjual kopi Arabica dan Robusta.

Permasalahan yang terdapat pada Bunga *Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus, media yang digunakan sebelumnya dalam menyampaikan informasi dan strategi promosi perusahaan, hanya melalui penjelasan dari bagian marketing kepada klien yaitu visitor, dan relasi perusahaan secara langsung serta menggunakan media social *instagram*, yang informasinya dinilai masih sangat sederhana dan kurang menarik, karena hanya berupa dokumentasi foto dan *repost story* di *Instagram*.

Berdasarkan analisa permasalahan pada PT. Kejar Aku Terus pada awal tahun berdirinya Bunga *Coffee* 2019 masih mencoba untuk membenahi dan memproses biji kopi masih belum berjalan sesuai standarisasi penjualan produk, pada tahun 2020 Bunga *Coffee* sudah mulai memproduksi biji kopi yang sudah di *roasting* dan siap dipasarkan sebanyak 800 *pcs*, masing-masing per *pcs* berisi 500 *gram*. Pada tahun 2021 penjualan biji kopi pada Bunga *Coffee* mengalami penurunan, sehingga hanya memproduksi sebanyak 450 *pcs*, dan pada bulan Januari hingga bulan September 2022, menurut data yang diperoleh dari observasi, produk yang terjual pada Bunga *Coffee* mengalami penurunan lagi yaitu sebanyak 350 *pcs* saja.

Solusi pemecahan masalah diperlukan untuk meningkatkan informasi dan promosi perusahaan melalui profil perusahaan yang lebih jelas dan mudah dipahami melalui media video. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan perusahaan dan meningkatkan penjualan produk Bunga *Coffee*. Hal ini akan menarik minat klien, relasi, dan masyarakat di seluruh Indonesia dan dunia. Profil perusahaan akan dipublikasikan melalui akun media sosial Instagram dan channel YouTube Bunga *Coffee*, dengan efek *visual* yang menarik dan *audio* yang tepat untuk memberikan informasi yang jelas kepada pengguna.

Diharapkan bahwa profil perusahaan Bunga *Coffee* akan lebih diperkenalkan melalui perancangan media video PT. Kejar Aku Terus ini. Ini juga akan meningkatkan daya tarik produk Bunga *Coffee* kepada pelanggan, relasi, dan masyarakat. Dengan demikian, diharapkan peningkatan penjualan setiap tahunnya.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, penelitian literatur, (2) Konsep produksi media seperti *praproduksi*, produksi, dan *pasca produksi*, dan (3) Desain media video profil perusahaan yang didukung oleh program seperti *Adobe Premiere Pro CC 2015*, *Adobe After Effect CC 2015*, dan *Adobe Photoshop CC 2015*

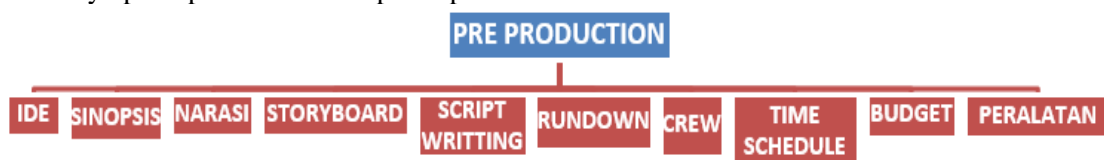
2.2. Literature Review

1. Penelitian oleh Nugroho dan Hendra Kurniawan (2022) dengan judul "*Perancangan Profil Perusahaan PT Fala Group Indonesia Video Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi*" bertujuan untuk mengembangkan media promosi berupa profil perusahaan PT Fala Group Indonesia video dengan tujuan meningkatkan ketertarikan dan keyakinan masyarakat terhadap produk perusahaan. ^[1]
2. Pratama dan Hendi Sama (2022) "*Profil Perusahaan Video at Cv. Zaky Sukma Nurinda*", tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang diinginkan oleh klien seperti sejarah singkat perusahaan dan layanan yang ditawarkannya. ^[2]
3. Rezky, dkk (2022) "*Design Video Company Profile Based on 3d Animation on Millennium ICT Medan*". Penelitian yang bertujuan untuk menarik pelanggan untuk mengetahui apa yang dipromosikan oleh penulis dalam konteks digital marketing, dengan tujuan untuk menarik pelanggan untuk mengetahui apa yang dipromosikan oleh penulis. ^[3]
4. Penelitian "*Perancangan Profil Perusahaan Video Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco*" oleh Dewi et al. (2022) dengan tujuan menawarkan solusi untuk menampilkan profil perusahaan tentang produk yang diproduksi oleh Batik Seratan Kleco. ^[4]
5. Selamat, dkk (2022) "*Perancangan Profil Perusahaan Berbasis Video Pada Toko KR59*" adalah tujuan penelitian ini untuk mempromosikan toko KR59 sehingga pelanggan lebih mengenal dan tertarik pada produknya. ^[5]
6. Penelitian berjudul "Video Profil Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfiz Daarul Qur'an Tangerang" dilakukan oleh Lestari et al. (2022) dengan tujuan untuk membantu kampanye pemasaran dengan memberikan informasi, fasilitas, dan keuntungan yang berkaitan dengan pesantren sehingga dapat menarik minat calon santri di seluruh Indonesia. ^[6]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan sebuah proses sebelum pembuatan video terdiri dari beberapa langkah, seperti mencari ide atau gagasan, membuat sinopsis, narasi, *storyboard*, menulis skenario, menyusun *rundown*, kemudian memilih kru yang akan terlibat dalam proses produksi, menyusun jadwal, menentukan anggaran dan biaya untuk produksi video, dan menyiapkan peralatan untuk profil perusahaan. ^[7]



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Ide atau gagasan merupakan terobosan yang dihasilkan saat mengetahui kekurangan pada suatu tempat yang seharusnya diciptakan untuk mewujudkan apa yang diinginkan. Ide atau gagasan didapatkan melalui analisa pada suatu tempat yang diteliti, setelah analisis selesai melalui proses observasi, wawancara, dan penyelidikan masalah yang ada pada PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor (*Bunga Coffee*), dan menentukan suatu gagasan yaitu informasi yang dibutuhkan untuk disampaikan menggunakan video *company profile* kepada klien, relasi dan masyarakat mengenai profil, informasi daerah perkebunan, teknik penanaman kopi, teknik proses pasca panen, jenis produk, keunggulan produk, dan relasi perusahaan.

2. Sinopsis

Sinopsis dengan sebuah alur cerita yang memberikan gambaran tentang konten video yang akan dibuat.^[8] Adapun sinopsis profil video perusahaan pada PT. Kejar Aku Terus (Bunga Coffee) adalah:

“Pada awal video, menampilkan bumper opening logo Bunga Coffee, kemudian terdapat animasi maps lokasi Bunga Coffee, selanjutnya menampilkan video papan lokasi Bunga Coffee dan menjelaskan profile, Menampilkan footage drone perkebunan kopi, area perkebunan kopi, video penempatan bibit biji bunga kopi, menampilkan video bibit biji Bunga Coffee dengan usia 0 hari, 7 hari, 14 hari, dan usia 30 hari, selanjutnya menampilkan video buah kopi, menampilkan video petani sedang pasca panen biji kopi, menampilkan video penimbangan buah kopi, pencucian buah kopi yang sudah ditimbang, perendaman buah kopi selama 24 jam, penggilingan untuk pemisahan buah kopi dari kulitnya, dan penjemuran biji kopi yang sudah dipisahkan, selanjutnya menampilkan produk biji kopi yang sudah di packing, menampilkan keunggulan produk dari Bunga Coffee, menampilkan beberapa relasi dari Bunga Coffee, dan terakhir menampilkan closing bumper yang terdapat logo, alamat, kontak, media sosial yaitu Instagram, dan e-commerce Tokopedia Bunga Coffee”.

3. Narasi

Narasi ditulis oleh penulis skenario secara bertahap, bermula dari ide dan langsung diwujudkan. Untuk masuk ke dalam gambar, cerita juga disebut proses perekaman suara. Narasi juga dapat membantu memperkuat alur cerita dan konten video yang akan kita sampaikan. ^[9] skrip vokal untuk video profil Bunga Coffee pada PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Narasi

Narasi
<i>Bunga Coffee ini beralamatkan di Jalan// Rawa Gede/ Karang Tengah/ Kecamatan/ Babakan Madang / Kabupaten Bogor/ Jawa Barat // Perkebunan ini menanam dua jenis varian kopi yaitu arabica dan robusta // Sebelum ditanam/ ada beberapa usia bibit biji kopi /ada bibit usia nol hari / yang kedua ada bibit biji kopi usia tujuh hari / yang ketiga ada bibit biji kopi usia empat belas hari / dan yang terakhir ada bibit biji kopi usia tiga puluh hari // Berikut ini adalah contoh dari buah kopi yang akan di panen ciri - ciri buah kopi yang bisa di panen yaitu kopi yang berwarna merah seperti ini// Sebelum produk kopi di distribusikan ada beberapa tahapannya seperti /pencucian buah kopi /setelah buah kopi di rendam selama dua puluh empat jam akan di cuci kembali/ sebelum masuk ke tahap lima yaitu penggilingan buah kopi untuk memisahkan biji kopi dari kulitnya/ penjemuran dilakukan selama tiga bulan dan disesuaikan dengan cuaca di bulan panen // Setelah biji kopi ini kering / akan di packing untuk di jual ke e-commerce seperti Tokopedia // Berikut adalah relasi-relasi dari Bunga Coffee yang pertama ada Cinta Lagi Kopi/ yang kedua ada Sunday Kopi/ yang ketiga ada Sisi Barat Kopi/ yang ke empat ada EJJI Coffee Corner/ dan yang terakhir ada Aumont Kofie//</i>

4. Storyboard

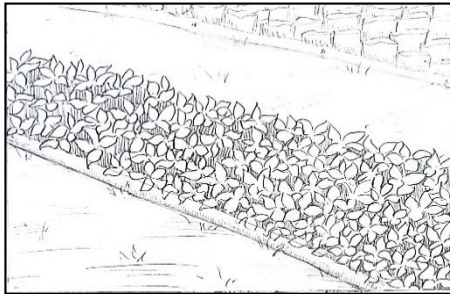
Storyboard dengan menyusun beberapa sketsa gambar sesuai dengan script atau naskah, dibuatnya storyboard ini, bertujuan untuk memudahkan didalam proses produksi. ^[10] Berikut beberapa storyboard media video company profile pada PT. Kejar Aku Terus (Bunga Coffee).



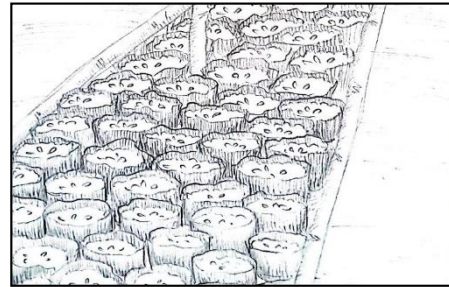
Gambar 2. Scene 1 Menampilkan bumper opening logo Bunga Coffee



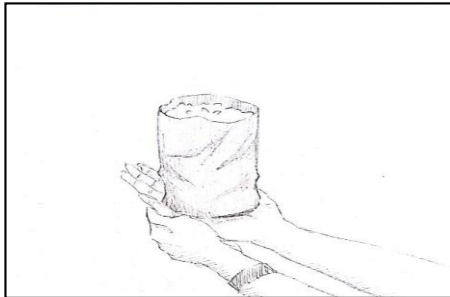
Gambar 3. Scene 2 /Ext/Day/Bird Eye/ Menampilkan video papan lokasi Bunga Coffee dan menjelaskan profil



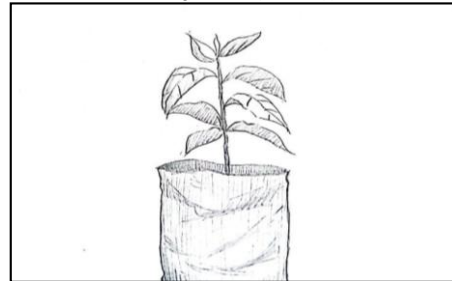
Gambar 4. Scene 3/ Ext/Day/High Angle/ Menampilkan area perkebunan



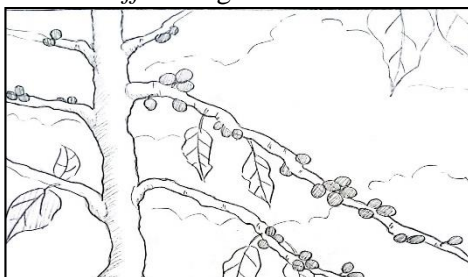
Gambar 5. Scene 4/ Ext/Day/High Angle/ Menampilkan video penempatan bibit biji Bunga Coffee



Gambar 6. Scene 5/ Ext/Day/Close Up/ Menampilkan video bibit biji Bunga Coffee dengan usia 0 hari



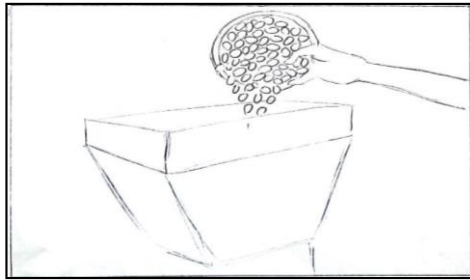
Gambar 7. Scene 6/ /Ext/Day/Close Up/ Menampilkan video bibit biji Bunga Coffee dengan usia 30 hari



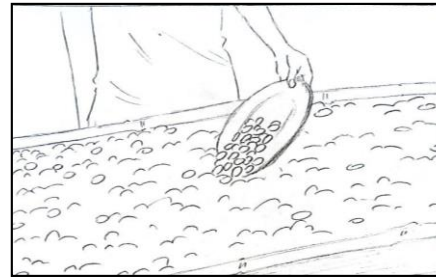
Gambar 8. Scene 7/ Ext/Day/Medium Shot / Menampilkan video buah kopi



Gambar 9. Scene 8/ Int/Day/ High Angle/ Menampilkan video pencucian buah kopi yang sudah ditimbang



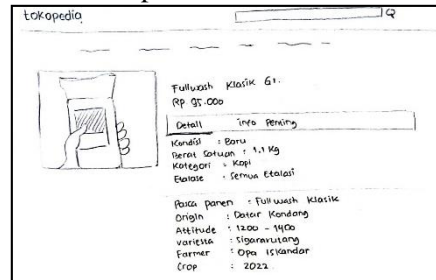
Gambar 10. *Scene 9 / Int /Day/Medium Shot / Menampilkan video penggilingan untuk pemisahan buah kopi dari kulitnya*



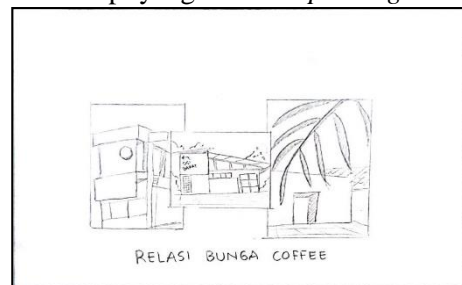
Gambar 11. *Scene 10/ Int/Day/ High Angle/ Menampilkan video penjemuran biji kopi yang sudah dipisahkan*



Gambar 12. *Scene 11/ Menampilkan biji kopi yang sudah di packing*



Gambar 13. *Scene 12/ Menampilkan keunggulan produk Bunga Coffee*



Gambar 14. *Scene 13/ Menampilkan Relasi Bunga Coffee*



Gambar 15. *Scene 14/ Motion Graphic/ Menampilkan Closing bumper, logo, alamat, kontak, media social instagram, Tokopedia*

5. Script Writing

Scriptwriting merupakan penulisan dari sebuah ide atau gagasan yang telah tersedia. ^[9] Berikut *scriptwriting* dari membuat video profil perusahaan Bunga Coffee pada PT. Kejar Aku Terus:

Tabel 2. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo Bunga Coffee	<i>Background</i>
2.	Menampilkan video papan lokasi Bunga Coffee dan menjelaskan profil	Bunga Coffee ini bertempat di Jalan// Rawa Gede/ Karang Tengah/ Kecamatan/ Babakan Madang / Kabupaten Bogor/ Jawa Barat //
3.	Menampilkan area perkebunan kopi.	Perkebunan ini menanam dua jenis varian kopi yaitu arabica dan robusta //
4.	Menampilkan video penempatan bibit biji bunga kopi	Sebelum ditanam/ ada beberapa usia bibit biji kopi /

5.	Menampilkan video bibit biji Bunga <i>Coffee</i> dengan usia 0 hari – 14 hari	ada bibit usia nol hari / yang kedua ada bibit biji kopi usia tujuh hari / yang ketiga ada bibit biji kopi usia empat belas hari /
6.	Menampilkan video bibit biji Bunga <i>Coffee</i> dengan usia 30 hari	dan yang terakhir ada bibit biji kopi usia tiga puluh hari //
7.	Menampilkan video buah kopi	Berikut ini adalah contoh dari buah kopi yang akan di panen ciri - ciri buah kopi yang bisa di panen yaitu kopi yang berwarna merah seperti ini//
8.	Menampilkan video pencucian buah kopi yang sudah ditimbang	Sebelum produk kopi di distribusikan ada beberapa tahapannya seperti /pencucian buah kopi /
9.	Menampilkan video penggilingan untuk pemisahan buah kopi dari kulitnya	setelah buah kopi di rendam selama dua puluh empat jam akan di cuci kembali/ sebelum masuk ke tahap lima yaitu penggilingan buah kopi untuk memisahkan biji kopi dari kulitnya/
10.	Menampilkan video penjemuran biji kopi yang sudah dipisahkan	penjemuran dilakukan selama tiga bulan dan disesuaikan dengan cuaca di bulan panen //
11.	Menampilkan produk biji kopi yang sudah di <i>packing</i>	Setelah biji kopi ini kering /
12.	Menampilkan keunggulan produk dari Bunga <i>Coffee</i>	akan di packing untuk di jual ke <i>e-commerce</i> seperti Tokopedia //
13.	Menampilkan relasi Bunga <i>Coffee</i>	Berikut adalah relasi-relasi dari Bunga <i>Coffee</i> yang pertama ada Cinta Lagi Kopi/ yang kedua ada Sunday Kopi/ yang ketiga ada Sisi Barat Kopi/ yang ke empat ada EJJI <i>Coffee Corner</i> / dan yang terakhir ada Aumont Kofie//
14.	<i>Closing bumper</i> : logo, alamat, kontak, media sosial <i>Instagram</i> , Tokopedia	<i>Background</i>

6. Rundown

Rundown terdiri dari susunan isi dan alur cerita dari video profil perusahaan Bunga *Coffee*, yang disusun berdasarkan durasi waktu.^[11] Susunan *rundown* dari video profil perusahaan Bunga *Coffee* pada PT Kejar Aku Terus:

Tabel 3. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	Int / Ext	Description
1.	2	Papan informasi Bunga <i>Coffee</i> Kabupaten Bogor	00:00:17-00:00:22	EXT	Menampilkan video papan lokasi Bunga <i>Coffee</i> dan menjelaskan profil
2.	3	Area perkebunan Bunga <i>Coffee</i>	00:00:22 - 00:00:31	EXT	Menampilkan area perkebunan kopi
3.	4	Area Penempatan bibit biji kopi	00:00:31-00:00:38	EXT	Menampilkan video penempatan bibit biji bunga kopi
4.	5	Area Penempatan bibit biji kopi	00:00:38-00:00:42	EXT	Menampilkan video bibit biji Bunga <i>Coffee</i> dengan usia 0 hari

5.	6	Area penempatan bibit biji kopi	00:00:42-00:00:47	EXT	Menampilkan video bibit biji Bunga <i>Coffee</i> dengan usia 30 hari
6.	7	Area penempatan perkebunan kopi	00:00:47-00:00:52	EXT	Menampilkan video buah kopi
7.	8	Area Pencucian buah kopi	00:00:52 - 00:00:57	INT	Menampilkan video pencucian buah kopi yang sudah ditimbang
8.	9	Area penggilingan buah kopi	00:00:17-00:00:22	INT	Menampilkan video penggilingan untuk pemisahan buah kopi dari kulitnya
9.	10	Area penjemuran buah kopi	00:00:22 - 00:00:31	INT	Menampilkan video penjemuran biji kopi yang sudah dipisahkan

7. Penyusunan Crew

Video *company profile* Bunga *Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus ini, Ada banyak crew yang terlibat dalam proses produksi. ^[12] Adapun crew tersebut diantaranya:

Tabel 4. Susunan Crew

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Djodi Setiawan
2.	<i>Script writer</i>	Djodi Setiawan
3.	Kameramen	Djodi Setiawan
4.	Asisten kameramen	Alfazri
5.	<i>Pilot Drone</i>	Taufan
6.	<i>Dubber</i>	Djodi Setiawan
7.	<i>Editor</i>	Djodi Setiawan
8.	<i>Talent</i>	Pekerja Kebun

8. Time Schedule

Time schedule untuk perancangan media video profil perusahaan. ^[13] Berikut ini adalah jadwal waktu untuk perancangan profil media video perusahaan untuk PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor (Bunga *Coffee*):

Tabel 5. *Time Schedule*

Tahapan	September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>P r o d</i>	Pengajuan Observasi	■	■																	
	Pengumpulan Data			■	■	■	■													
	Analisis Data					■	■	■												
	Ide/Gagasan						■	■	■											
	Sinopsis								■	■	■									
	Narasi									■	■	■								

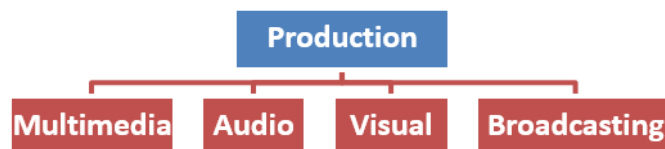
6.	512GB PCIe Gen3 x2 SSD	Milik Sendiri	5 Bulan	1	-
7.	Adobe Premiere Pro CC 2015	Milik Sendiri	5 Bulan	1	-
8.	Adobe Photoshop CC 2015	Milik Sendiri	5 Bulan	1	-
9.	Adobe After Effect CC 2015	Milik Sendiri	5 Bulan	1	-
10.	Camera Sony A7	Sewa	7 Hari	1	Rp. 300.000 x 7 Hari = Rp. 2.100.000
11.	Camera Canon DSLR 70D	Sewa	7 Hari	1	Rp. 300.000 x 7 Hari = Rp. 2.100.000
12.	Handphone Samsung A33	Milik Sendiri	5 Bulan	1	-
13.	Drone DJI	Sewa	2 Hari	1	Rp.200.000 x 2 Hari = Rp.400.000
14.	DVD, Label, Hard Case	Beli	-	3	Rp.20.000 x 3 = Rp. 60.000
15.	Hardisk External WD 2 TB	Beli	5 Bulan	1	Rp. 1.400.000
Total					Rp. 8.860.000

10. Peralatan

Beberapa peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan video untuk perusahaan *Profile* termasuk *laptop HP Pavilion 15*, *RAM 8GB*, *512GB PCIe® Gen3 x2 SSD*, internet, *Adobe premiere pro CC 2015*, *Adobe After Effect CC 2015*, *Adobe Photoshop CC 2015*, *Sony A7* kamera, *Canon DSLR 70D* kamera, *Samsung A33* telepon, *Drone DJI*, label *DVD*, *Hard Case*, dan *Hardisk External WD 2 TB*.

3.2. Produksi

Pengambilan foto atau video dilakukan dengan bekerjasama dengan kru untuk membantu proses pengambilan gambar. Tahap produksi juga mencakup perencanaan *multimedia*, *audio*, *visual*, dan *broadcasting*.^[7]



Gambar 16. *Production*

1. Perencanaan *Multimedia*

Perencanaan *multimedia* melibatkan penggabungan suara, teks, dan *visual* untuk menghasilkan video yang menarik dan interaktif.^[15] Konsep *visual* yang ditampilkan yaitu keseluruhan ruang lingkup dari *Bunga Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus, berupa dokumentasi video dan foto, dilengkapi dengan beberapa efek *visual*, *text* berupa penjelasan informasi perusahaan, serta musik dan *voice over*, agar klien, relasi, masyarakat, dan umum mudah memahami informasi yang disampaikan.

- a. *Teks* yang digunakan dalam video profil perusahaan *Bunga Coffee* menggunakan font *Arial*.

- b. Video informasi ini menggunakan pengambilan gambar dengan kamera DSLR untuk memudahkan proses mengatur objek sesuai keinginan, dalam bentuk PNG, yang kemudian disusun menjadi sebuah video yang berformat MP4.
 - c. Suara yang digunakan untuk membuat video profil perusahaan Bunga *Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus ini berupa *backsound* yaitu “Tokyo Sunset”, dan dilengkapi juga dengan suara *voice over* yang mendukung visualisasi lebih hidup dan menarik.
2. Perencanaan *Audio*
- Beberapa komponen program *audio* adalah:
- a. Musik *backsound*, "Tokyo Sunset", untuk membuatnya lebih menarik dan informatif.
 - b. *Voice over* memberikan penjelasan tentang ruang lingkup Bunga *Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus, yang direkam dengan *Samsung A33*.
3. Perencanaan *visual*
- Perencanaan *visual* berarti menyiapkan gambar atau *visual* apa pun yang akan ditampilkan dalam video profil perusahaan, agar memiliki daya tarik dan mudah dipahami oleh *audience* yang melihatnya, sehingga dari *visual* yang ditampilkan dapat menggambarkan serta mewakili identitas perusahaan, Profil perusahaan ditunjukkan melalui media video, sebagai sarana informasi kepada klien, relasi dan masyarakat khususnya para pecinta Kopi.
4. Perencanaan *Broadcasting*
- Ini adalah langkah terakhir dalam proses produksi.
- a. Tujuan menyiarkan profil perusahaan di media sosial Bunga *Coffee* ini, agar perusahaan dan produk dari Bunga *Coffee* dapat lebih dikenal banyak orang, dan akan menjangkau seluruh peminat kopi, *coffee shop*, *café*, *restaurant* dan sebagainya, khususnya yang berada di wilayah Kabupaten Bogor dan Bogor, dan umumnya dapat menjangkau Jabodetabek dan seluruh wilayah Indonesia.
 - b. Video akan disiarkan melalui *YouTube* dan *Instagram @bunga.coffee* agar dapat menjangkau penonton dalam jangkauan yang luas.
 - c. Profil video perusahaan juga akan digunakan sebagai materi presentasi. dengan klien ataupun relasi perusahaan pada saat pertemuan untuk memperkenalkan perusahaan dan produk dari Bunga *Coffee*.

Program *Visual*

Program *visual* untuk membuat profil video perusahaan Bunga *Coffee* dengan di dukung *software* penunjang video yaitu, *Adobe Premiere pro cc 2015*, yang menggambarkan ruang lingkup perusahaan yang meliputi: profil, informasi daerah perkebunan, teknik penanaman kopi, teknik proses pasca panen, jenis produk, keunggulan produk, dan relasi perusahaan. Adapun tampilan visual dari perancangan video *company profile* Bunga *Coffee* pada PT. Kejar Aku Terus ini, adalah sebagai berikut:



Gambar 17. *Scene 1* Menampilkan bumper opening logo Bunga *Coffee*



Gambar 18. *Scene 2 /Ext/Day/Bird Eye/* Menampilkan video papan lokasi Bunga *Coffee* dan menjelaskan profil



Gambar 19. *Scene 3/ Ext/Day/High Angle/* Menampilkan area perkebunan



Gambar 20. *Scene 4/ Ext/Day/High Angle/* Menampilkan video penempatan bibit biji *Bunga Coffee*



Gambar 21. *Scene 5/ Ext/Day/Close Up/* Menampilkan video bibit biji *Bunga Coffee* dengan usia 0 hari



Gambar 22. *Scene 6/ /Ext/Day/Close Up/* Menampilkan video bibit biji *Bunga Coffee* dengan usia 30 hari



Gambar 23. *Scene 7/ Ext/Day/Medium Shot /* Menampilkan video buah kopi



Gambar 24. *Scene 8/ Int/Day/ High Angle/* Menampilkan video pencucian buah kopi yang sudah ditimbang



Gambar 25. *Scene 9 / Int /Day/Medium Shot /* Menampilkan video penggilingan untuk pemisahan buah kopi dari kulitnya



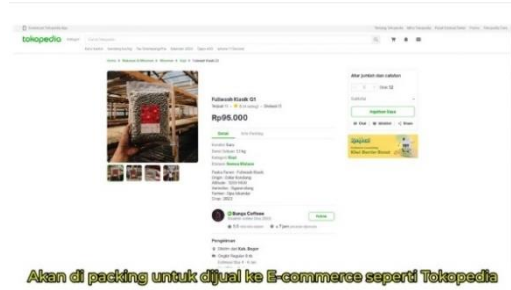
Gambar 26. *Scene 10/ Int/Day/ High Angle/* Menampilkan video penjemuran biji kopi yang sudah dipisahkan



Gambar 27. Scene 11/ Menampilkan biji kopi yang sudah di *packing*



Gambar 29. Scene 13/ Menampilkan Relasi Bunga Coffee



Gambar 28. Scene 12/ Menampilkan keunggulan produk Bunga Coffee



Gambar 30. Scene 14/ Motion Graphic/ Menampilkan Closing bumper, logo, alamat, kontak, media social instagram, Tokopedia

3.3 Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap terakhir dari proyek. Ini termasuk proses *finishing* dan *mixing* dalam merencanakan video PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor untuk membuat informasi promosi yang tepat dan menarik. *Digitizing, Editing, Mixing, Finishing, Exporting,* dan *Market Segments* adalah langkah-langkah yang diperlukan dalam proses pasca produksi^[7].



Gambar 31. Post Production

1. *Digitizing*
 Tahap berikutnya, *digitizing*, adalah pemindahan data hasil shooting dari kamera ke laptop. Ini harus dilakukan segera karena memungkinkan untuk meninjau hasil shooting dan mengurangi risiko seperti kerusakan pada *memory card* dan *memory card full*.
2. *Editing*
Editing merupakan proses yang membutuhkan waktu dan kreatifitas agar susunan desain menjadi suatu video yang menarik. Dalam proses editing gambar akan di animasikan sesuai keinginan dan tetap mengacu kepada konsep yang telah dibuat. *Software Adobe Premiere Pro CC 2015 dan Adobe After Effect CC 2015* digunakan untuk melakukan proses editing.
3. *Mixing*
 Proses menggabungkan gambar yang telah dianimasikan digabungkan dengan beberapa elemen suara seperti *backsound music, audio effect,* dan *voice over*. Suara akan disesuaikan dengan video yang telah dibuat. Proses *mixing* menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2015*.

4. *Finishing*

Dalam proses *finishing* dibutuhkan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam susunan yang disampaikan. Dalam proses ini akan dilakukannya penggabungan dari beberapa *composition* menjadi satu *composition* utama, kemudian *composition* utama akan di cek kembali untuk melihat video informasi yang sudah dibuat sesuai atau tidak sesuai dengan gagasan yang direncanakan.

5. *Exporting*

Proses *exporting* adalah proses akhir dalam perancangan *video company profile* Bunga Coffee pada PT. Kejar Aku Terus. Proses ini menghasilkan rancangan yang dibuat menjadi format dengan resolusi 1920 x 720 *pixel*, proses ini menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015*.

6. *Segmen Pasar*

Segmen pasar adalah penargetan efektifitas sebuah pemasaran yang dituju. *Video company profile* pada PT. Kejar Aku Terus akan dipublikasikan melalui *youtube channel* dan *instagram* Bunga Coffee, untuk memudahkan masyarakat khususnya warga Kabupaten Bogor, dan menjangkau lebih luas lagi ke khalayak luas, selain itu juga membantu bagian marketing dalam memperkenalkan produk serta diharapkan dapat menjalin relasi yang baik dengan perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis masalah pada PT. Kejar Aku Terus (Bunga Coffee) Kabupaten Bogor khususnya dalam merancang media video *company profile*, dengan demikian, beberapa kesimpulan dapat dibuat, antara lain: Kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Bunga Coffee di PT. Kejar Aku Terus yaitu media yang digunakan sebelumnya dalam menyampaikan informasi dan promosi perusahaan, hanya menggunakan *instagram*, yang informasinya hanya berupa dokumentasi foto dan *repost story* di *instagram* yang di nilai kurang informatif dan menarik, serta melalui penjelasan yang diberikan oleh bagian marketing kepada klien dan relasi secara langsung. Selain itu, karena perusahaan belum memiliki media video sebagai strategi promosi, perusahaan memerlukan profil perusahaan untuk menyampaikan ruang lingkup bisnis dan menarik minat klien, relasi, dan masyarakat pada produk Bunga Coffee. Konsep video yang dapat menarik minat klien, relasi, dan masyarakat pada produk Bunga Coffee adalah dengan membuat video yang kreatif, memiliki *audio* dan video yang menarik.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi tentang PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor, diantaranya sebagai berikut: Disarankan agar kedepannya perusahaan dapat lebih mengembangkan media promosi dan informasi yang lebih modern, agar klien, relasi dan masyarakat lebih tertarik pada produk Bunga Coffee pada PT. Kejar Aku Terus Kabupaten Bogor. Disarankan agar PT. Kejar Aku Terus dapat mengembangkan ide-ide kreatif untuk video yang memiliki efek audio visual dan visual yang menarik, dan menyebarkan informasi terbaru untuk meningkatkan daya tarik iklan Bunga Coffee. Disarankan agar media video *company profile* ini, dapat dimanfaatkan lebih lagi melalui berbagai kegiatan promosi perusahaan, dan digunakan pada akun *Instagram* dan *YouTube* perusahaan untuk menjangkau sasaran yang lebih luas, dalam memperkenalkan dan meningkatkan penjualan produk Bunga Coffee pada PT. Kejar Aku Terus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nugroho MT, Kurniawan H, "Perancangan Video *Company Profile* PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi", *Respati*. Vol. 17, No. 2, pp 71-80, Jul 2022

- [2] Pratama, M. Agung, dan Hendi Sama, “Video *Company Profile* at Cv. Zaky Sukma Nurinda.” in *ConCEPt-Conference on Community Engagement Project*, Vol. 2, No. 1, Pp. 1064-1066, Feb 2022.
- [3] S. F. Rezky, Fifi Sonat, and Junus Sinuraya, “*Design Video Company Profile Based On 3d Animation on Millennium ICT Medan*”, *infokum*, vol. 10, no. 02, pp. 830-837, Jun. 2022.
- [4] Dewi, Fera Riskia, Ahmad Khoirul Anwar, dan Arif Yulianto, “Perancangan *Video Company Profile* Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco.” *Jurnal Asosiatif*, Vol.1, No. 1, pp. 33-40. 2022
- [5] Selamat, Tanda, Yuliana, dan Johan, 2022, “Perancangan *Company Profile* Berbasis Video Pada Kedai KR59.” Universitas IBBI, *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, Vol. 10, No. 2, pp. 21-26, 2022
- [6] K. Lestari, P. Ningsih, and M. Febrianto, “*Video Profile* Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur’an Tangerang”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 3, no. 2, pp. 217-229, Aug. 2022.
- [7] L. Sunarya, A. D. Purbayani, dan N. Handayani, “Media Video Promosi Pada *Roofpark Cafe & Restaurant* Pucak Bogor Jawa Barat”, *TMJ*, vol. 5, no. 2 Februari, hlm. 220–234, Jan 2021.
- [8] H. Cikka, “Sinopsis Dalam Pembelajaran Sejarah (Cara Mudah Memahami dan Mengingat Peristiwa Sejarah)”, *Scolae*, vol. 2, no. 2, pp. 300-306, Dec. 2019
- [9] L. Sunarya, B. Abdurachman, dan P. R. Ningsih, “*Video Profile* Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang”, *TMJ*, vol. 5, no. 2 Februari, hlm. 206–219, Jan 2021.
- [10] R. Gora, S. Maryam, and M. F. Christianti, “Pelatihan Mendesain Storyboard untuk Produksi Iklan Visual pada Yayasan Rumah Gemilang Indonesia, Depok”, *empowerment.j.n.a.*, vol. 1, no. 3, pp. 278–285, Apr. 2022.
- [11] R. Supriati, F. Agustine, and M. Firdaus, “Media Video Blended Learning Untuk Menunjang Mata Pelajaran Multimedia Interaktif Pada SMKS Darul Ishlah Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 2, pp. 168-182, Aug. 2023.
- [12] Dini'ah, Zouhrotun, and Maya May Syarah. "Analisis Produksi Program Khazanah Trans7 Episode Khazanah Etalase." *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, vol. 3, no. 1, 157-169, 2019
- [13] S. Santoso, F. Sudarto, and S. Andyka, “Video Promosi Perawatan Anti Aging di Klinik Kecantikan Leny Skincare Tangerang”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 2, pp. 183-197, Aug. 2023.
- [14] Reza Oktav Ardika Putra, Maya May Syarah, and Ade Budi Santoso, “Peran Editor Dalam Produksi Berita di Channel Nawacita TV” *NJMS*, vol. 1, no. 3, pp. 391–398, Oct. 2023.
- [15] N. Latifah, Z. MS, and F. Fahrurrozi, “Analisis Kebutuhan Pembelajaran dalam Jaringan (Daring) Berbasis Multimedia”, *basicedu*, vol. 5, no. 4, pp. 2021–2026, Jul. 2021.