

Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang

Muhamad Puad Abdul Baqi ^{*1}, Bhentar Ramadhan ², Dzaki Akbar ³, Mukti Budiarto⁴

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

Email: ^{*1} puad@raharja.info, ² bhentar@raharja.info, ³ dzaki.akbar@raharja.info,
⁴ mukti@raharja.info

Abstrak

Media informasi dan promosi sangat berpengaruh dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Video company profile adalah media yang efektif karena membantu konsumen memahami sejarah, visi, misi, nilai-nilai, dan pencapaian perusahaan secara menarik. PT. Aserindo Cahaya Gemilang bergerak dalam bidang otomotif khususnya jasa spray and painting metal dan plastic. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan media promosi yang lebih inovatif dan informatif yang dapat meningkatkan minat klien, konsumen, dan masyarakat umum terhadap PT. Aserindo Cahaya Gemilang. Permasalahan terkini adalah promosi sebelumnya hanya berupa informasi sederhana yang dikirim melalui leaflet, telepon, dan email. Oleh karena itu, PT. Aserindo Cahaya Gemilang membutuhkan media promosi yang lebih informatif dan modern. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media, dengan menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effect CC 2018, dan Adobe Photoshop 2022, dan konsep produksi media (KPM) yaitu Pre Production, Production, dan Post Production. Untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan membantu departemen pemasaran melakukan presentasi kepada klien, video company profile akan ditampilkan melalui YouTube dan media sosial seperti Instagram. Kesimpulannya, video company profile dapat menarik pelanggan, klien, dan masyarakat ke suatu perusahaan.

Kata kunci – Company profile, Informasi, Promosi.

Abstract

Information and promotional media are very influential in the success of a company. Video company profile is an effective media because it helps consumers understand the history, vision, mission, values, and achievements of the company in an interesting way. PT Aserindo Cahaya Gemilang is engaged in the automotive sector, especially metal and plastic spray and painting services. The purpose of this research is to develop more innovative and informative promotional media that can increase the interest of clients, consumers, and the general public in PT Aserindo Cahaya Gemilang. The current problem is that previous promotions were only simple information sent via leaflets, telephone, and email. Therefore, PT Aserindo Cahaya Gemilang needs a more informative and modern promotional media. The methods used are data collection, SWOT analysis, media design, using Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe After Effect CC 2018, and Adobe Photoshop 2022, and media production concepts (KPM) namely Pre Production, Production, and Post Production. To reach a larger audience and help the marketing department make presentations to clients, the company profile video will be shown through YouTube and social media such as Instagram. In conclusion, a company profile video can attract customers, clients, and the public to a company.

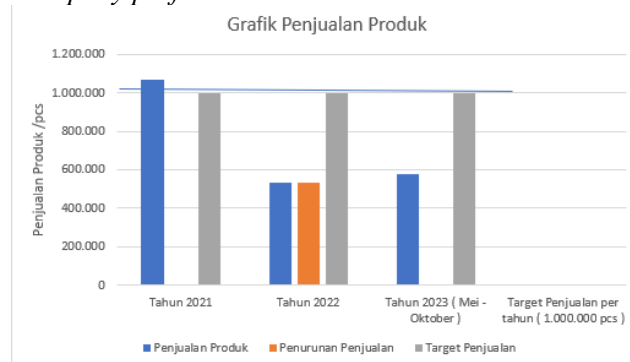
Keywords – Company profile, Information, Promotion.

1. PENDAHULUAN

Media informasi dan promosi memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Dengan menggunakan media informasi dan promosi yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk atau layanan mereka. Media informasi memungkinkan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dan nilai produk atau layanan mereka kepada konsumen. Ini membantu konsumen memahami mengapa produk atau layanan tersebut penting bagi mereka. Salah satu media informasi dan promosi yang digunakan perusahaan dalam memperkenalkan dan promosi yaitu video *company profile*.

Company Profile adalah aset yang dimiliki setiap perusahaan. *Company Profile* memiliki ciri-ciri unik yang memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan pelanggan yang kuat dan membangun strategi promosi dan informasi dalam bidang marketing. [1] Salah satu cara yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan bisnis saat ini adalah video *company profile*, untuk menampilkan sejarah, visi, misi, nilai-nilai, dan pencapaian-pencapaian perusahaan dengan cara yang menarik. *Company profile* berbasis video dapat membantu klien dan konsumen lebih memahami produk yang ingin dipasarkan. Selain itu, penonton dapat lebih terhubung dengan perusahaan melalui informasi yang diberikan oleh profil tersebut. [2] Dengan menonton video *company profile*, khalayak luas, termasuk calon klien dan calon konsumen, dapat mendapatkan informasi tentang perusahaan. Mereka juga memiliki kemampuan untuk mengubah citra perusahaan sesuai keinginan mereka.

PT. Aserindo Cahaya Gemilang, yang bergerak dalam bidang Otomotif khususnya jasa *spray and painting metal dan plastic*, yang berlokasi di Kp. Tegaldanas, RT.003/RW.001, Kel Pasirsari, Kec Cikarang Selatan, Kab Bekasi – Jawa Barat. Baru berdiri pada tahun 2021 yang didirikan oleh Bapak Asep Rohimat yang sebelumnya masih dengan nama CV Aserindo Cahaya Gemilang, sampai akhirnya di bulan September 2021 resmi mengubah bentuk badan usaha dan berganti nama menjadi PT. Aserindo Cahaya Gemilang, memiliki pelayanan salah satunya yaitu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dan tentunya *fast respon* terhadap konsumen, dan dikenal dengan industri yang memiliki berbagai jenis produk diantaranya, *Metal Bracket, Chanel ASSY, Reflector*, dan BBFI. Masing-masing produk tersebut dipasarkan ke beberapa perusahaan otomotif di Kawasan industri Cikarang. Saat ini, perusahaan membutuhkan inovasi pemasaran yang baru dan berhasil untuk menginformasikan dan mempromosikan produk dan perusahaan melalui video *company profile*.



Gambar 1. Daftar Grafik Penjualan Produk

Berdasarkan grafik penjualan yang di peroleh pada saat wawancara dengan *stakeholder*, bahwa pada tahun 2021, perusahaan menjual produk sebanyak 1.100.000 pcs dalam setahun, namun pada tahun 2022 dikarenakan dampak krisis ekonomi global yang terus meningkat, akhirnya mengalami penurunan jumlah penjualan produk menjadi 450.000 pcs, dan pada tahun 2023 ini mengalami sedikit peningkatan dari tahun sebelumnya, yaitu menjual produk sebanyak 490.000 pcs, namun belum sesuai target yang diharapkan perusahaan yaitu mencapai 1.000.000 pcs penjualan produk setiap tahunnya.

Salah satu masalah pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang adalah, selama promosi sebelumnya, perusahaan hanya memberikan informasi melalui *leaflet* dan *email*, dengan informasi yang masih sangat sederhana. Selain itu, perusahaan tidak memiliki video profil yang dapat memberikan informasi penting tentang ruang lingkup perusahaan.

Berdasarkan analisis pokok masalah pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang, dibutuhkan media video *company profile* yang lebih informatif dan terkini sebagai media promosi untuk meningkatkan minat calon pelanggan, klien, dan masyarakat umum pada perusahaan. Media video *company profile* ini direncanakan untuk digunakan di *YouTube* dan *platform* media sosial seperti *Instagram* untuk menjangkau sasaran yang lebih luas dan mempromosikan perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penelitian

(1) Pengumpulan data yaitu melalui Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, (2) Analisis *SWOT*, (3) Video *company profile* ini dirancang dengan menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe after effect CC 2018 dan Adobe Photoshop 2022*. (4) Konsep Produksi Media (KPM) yang terdiri dari: *preproduction, production, dan post production*.

Tabel 1. Analisis *SWOT*

| Faktor Internal | Kekuatan (Strengths-S) | Kelemahan (Weakness-W) |
|---|---|---|
| | 1. Menyediakan jasa spray and painting metal, plastic yang didukung oleh karyawan yang profesional dibidangnya. 2. Memiliki produk spray and painting metal, plastic yang lengkap dan berkualitas. 3. Telah bekerjasama dengan berbagai perusahaan relasi terkait. | 1. Promosi sebelumnya dalam penyampaian informasi serta promosi Perusahaan hanya menggunakan leaflet, dan promosi melalui telepon dan juga email. 2. Perusahaan belum mempunyai website. 3. Belum mempunyai media video company profile. |
| Faktor Eksternal | Strategi (SO) | Strategi (WO) |
| Peluang (Opportunities – O) | | |
| 1. Konsumen dan relasimencari jasa spray and painting yang baik dan profesional. 2. Kebutuhan dan permintaan pasar akan produk spray and painting metal, plastic yang lengkap dan berkualitas. 3. Banyaknya perusahaan dan instansi yang memerlukan jasa dan produk spray and painting. | 1. Menampilkan keunggulan jasa spray and painting yang baik dan profesional melalui video company profile. 2. Merancang media video company profile untuk menyampaikan beragam jenis produk, dan keunggulan yang dimiliki, kepada calon konsumen, klien dan masyarakat. 3. Menjalinkan banyak relasi dengan perusahaan dan instansi terkait untuk | 1. Mengembangkan media penunjang informasi dan promosi Perusahaan sesuai kebutuhan. 2. Perusahaan kedepannya dapat membuat website untuk penyebaran informasi dan promosi. 3. Membuat media video company profile sebagai identitas Perusahaan agar dapat dikenal lebih luas. |

| Ancaman (Threat – T) | Strategi (ST) | Strategi (WT) |
|--|---|---|
| <p>1. Perusahaan pesaing banyak yang sudah memanfaatkan media sosial dengan promosi yang lebih kreatif.</p> <p>2. Para pesaing perusahaan jasa spray and painting memiliki media video promosi yang lebih menarik</p> <p>3. Banyaknya perusahaan pesaing yang juga menggunakan bahan baku berkualitas terbaik.</p> | <p>1. Implementasi video company profile yang kreatif dan informatif, melalui media social youtube sebagai daya tarik promosi.</p> <p>2. Menciptakan sebuah media video company profile menggunakan visual effect dan backsound music yang dapat menjadi daya Tarik konsumen.</p> <p>3. Melakukan survey untuk memastikan bahan baku apa yang diminati oleh konsumen.</p> | <p>1. Menjadikan media video company profile sebagai sarana utama untuk meningkatkan target pemasaran produk.</p> <p>2. Meningkatkan serta mengembangkan lebih jauh website yang dibuat.</p> <p>3. Membuat Video Company Profile se menarik mungkin agar calon klien serta masyarakat tertarik.</p> |

2.2. Literature Review

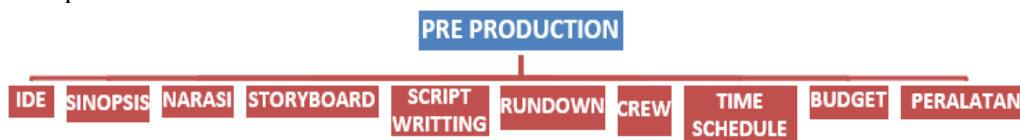
Berikut adalah *literature review* yang terkait dengan topik penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mulyati, dkk (2023)^[3] “*Media Company Profile Sebagai Sarana Promosi Pada CV. Sigma Panongan Kabupaten Tangerang*”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan mempromosikan produk CV. Sigma Panongan untuk meningkatkan kepercayaan calon klien, relasi perusahaan, institusi, dan masyarakat.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Jasmine dan Redito Benaya Loen (2020)^[4]. “*Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry*”. *Company profile* PT Avoir Industry berbasis video ini digunakan sebagai identitas perusahaan serta untuk promosi dan informasi.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Valentino dan Muhamad Jodi Hardiansyah (2020)^[5] “*Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung*”. Penelitian ini dilakukan untuk memperkenalkan identitas hotel dalam bentuk visual dan audio, untuk di ketahui khalayak luas.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Ruli Supriati, dkk (2023)^[6]. “*Video Company Profile Untuk Sarana Promosi Di CV. Liarie Radha Kayana Cikarang Bekasi*”. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bekerja sama dengan klien dan perusahaan lain.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Prasasti dan Sri Wahyuni Panjaitan (2023)^[7]. “*PT Company Profile Video Design. Charoen Pokphand Indonesia Medan*”. Penelitian ini sebagai sumber representasi perusahaan untuk memberi audiens dan investor potensial pemahaman yang akurat dan rinci tentang bisnis. Melalui video yang menarik yang menggambarkan perusahaan sebagai perusahaan yang besar dan dapat dipercaya.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Wulandari, dkk (2022)^[8]. “*Media Video Profile Sebagai Sarana Promosi StarHits Pada Suara Mas Abadi Jakarta*”. Penelitian ini dilakukan untuk membantu marketing dengan menjelaskan secara rinci ruang lingkup StarHits sehingga calon kreator dapat lebih mudah memahaminya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra produksi

Praproduksi adalah langkah pertama dalam konsep produksi media. Menurut konsep produksi media, praproduksi terdiri dari sepuluh tahap, dimulai dengan penjelasan konseptual yang menyeluruh, diikuti dengan sinopsis, cerita, storyboard, penulisan naskah, sinopsis, team building, dan pembuatan jadwal. Tahap terakhir adalah persiapan anggaran dan peralatan. ^[9]



Gambar 2. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Ide atau gagasan dengan memastikan bahwa video yang dihasilkan memiliki nilai dan dampak yang diinginkan pada target audiens. Konsep video didasarkan pada data dan informasi yang dikumpulkan dari berbagai pihak yang terlibat dalam masalah penelitian PT. Aserindo Cahaya Gemilang melalui observasi dan wawancara. Ini akan menyampaikan informasi tentang profil, proses produksi, cara kerja, jenis produk, fasilitas, hubungan bisnis, dan keunggulan produk PT. Aserindo Cahaya Gemilang.

2. Sinopsis

Sinopsis adalah garis besar atau ringkasan alur cerita yang dapat menggambarkan konsep yang akan dibuat, merangkai masalah dari awal hingga akhir, dan menggabungkan konsep dalam paragraf yang dapat menggambarkan jalan cerita. ^[10] Berikut adalah sinopsis atau ringkasan singkat dari video *company profile* sebagai sarana Informasi dan promosi pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang:

“Diawali dengan menampilkan bumper opening logo PT. Aserindo Cahaya Gemilang, menampilkan plang Welcome to Kota Jababeka, Kawasan Industri Jababeka, suasana luar dan footage pintu masuk dan di Sambut oleh karyawan PT. Aserindo Cahaya Gemilang, menjelaskan profil dan sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, suasana ruangan dalam, gudang penyimpanan, bahan baku produksi, jenis produk, keunggulan produk, sarana dan prasarana, fasilitas alat produksi, proses pembuatan produk, proses finishing pengemasan hasil proses produksi, hasil produk, menampilkan relasi yang sudah bekerjasama dengan perusahaan, serta dibagian penutup berisi logo, alamat, kontak, email, media social serta menampilkan credit title.”

3. Narasi

Narasi adalah kumpulan cerita yang ditulis tentang sesuatu yang terjadi, dan dapat berupa fakta atau fiksi. ^[11] Berikut narasi dari video *company profile* sebagai sarana informasi dan promosi pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang:

Tabel 2. Narasi

| Narasi |
|---|
| <p><i>“PT// Aserindo Cahaya Gemilang // yang berlokasi di Kampung. Tegaldanas/ RT// tiga/ RW// satu/ Kelurahan Pasirsari/ Kecamatan Cikarang Selatan/ Kabupaten Bekasi – Jawa Barat// PT// Aserindo Cahaya Gemilang bergerak dalam bidang Otomotif khususnya jasa spray and painting metal dan plastic// berdiri pada tahun dua ribu dua satu yang didirikan oleh Bapak Asep Rohimat// PT//Aserindo sendiri mempunyai visi misi dan juga struktur organisasi sebagai berikut// PT// Aserindo Cahaya Gemilang memiliki bahan baku produksi berkualitas terbaik// PT// Aserindo Cahaya Gemilang/ dikenal dengan industri yang memiliki berbagai jenis produk diantaranya/ Reflector/ Chanel ASSY/ BBFI/ Metal</i></p> |

Bracket// keunggulan dari produk yang dihasilkan oleh PT// Aserindo Cahaya Gemilang yaitu menggunakan bahan baku produksi berkualitas terbaik dan juga mesin yang canggih// PT// Aserindo Cahaya Gemilang juga memiliki sarana dan prasarana seperti spray booth/ mobil logistik, Gudang penyimpanan, mesin oven, cooling area, locker room, buffing area/ staff room/ ruang meeting// PT// Aserindo juga memiliki fasilitas alat produksi seperti gunspray/ polisher/ oven machine, dan hand pallet// proses produksi tentu memiliki tahap tahap tersendiri// tahap pertama ialah quality incoming yaitu proses pengecekan produk sebelum dilakukan pengecatan// tahapan kedua ialah tahap wipping atau pembersihan produk sebelum dilakukan proses spray// tahap selanjutnya ialah blowing// tahap selanjutnya ialah proses spray and painting produk// dan setelah itu akan memasuki tahap oven atau proses pengeringan setelah di spray atau di cat// lalu setelah tahapan oven lanjut memasuki tahapan QC atau pengecekan keseluruhan produk yang sudah di spray atau di cat// memastikan bahwa produk yang sudah di spray atau dicat tidak memiliki kecacatan produk// setelah proses QC selesai tahapan selanjutnya ialah proses buffing untuk memperhalus dan mempercantik hasil akhir barang tersebut sebelum proses pengemasan// dan tahapan terakhir yaitu quality final inspection sekaligus mengemas barang// PT// Aserindo Cahaya Gemilang merupakan salah satu perusahaan yang mampu melayani kebutuhan jasa spray and painting untuk pelaku industry dan juga masyarakat// PT// Aserindo Cahaya Gemilang terdapat lima Perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan/ diantaranya//

4. Storyboard

Storyboard adalah alat visual yang digunakan untuk membuat cerita untuk film, animasi, video, dan presentasi lainnya. Dalam *storyboard*, setiap gambar atau panel menunjukkan bagian dari alur cerita. Mereka disusun secara berurutan untuk menunjukkan bagaimana cerita berkembang dari satu adegan ke adegan berikutnya. ^[12] Berikut ini adalah *storyboard* dari video *company profile* PT. Aserindo Cahaya Gemilang:



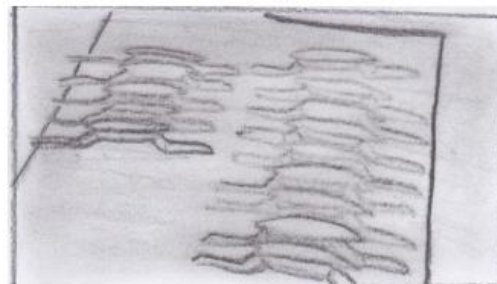
Gambar 3. Scene 1 /Menampilkan bumper opening logo PT. Aserindo Cahaya Gemilang



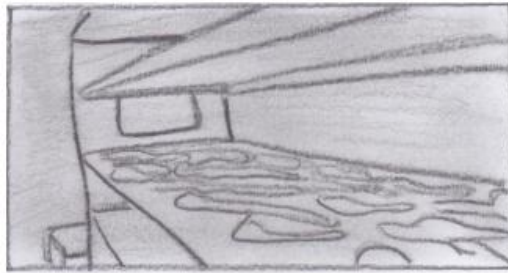
Gambar 4. Scene 2 / Ext / Day / Low Angle/ Menampilkan Plang PT. Aserindo Cahaya Gemilang



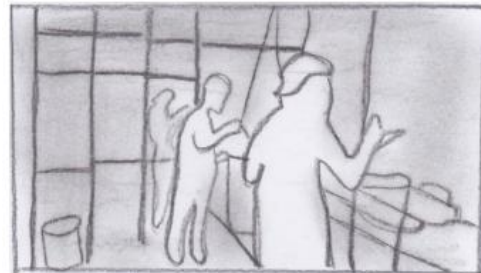
Gambar 5. Scene 3 / Int / Day / Full Shoot / Menjelaskan Profil dan Sejarah Singkat PT. Aserindo Cahaya Gemilang



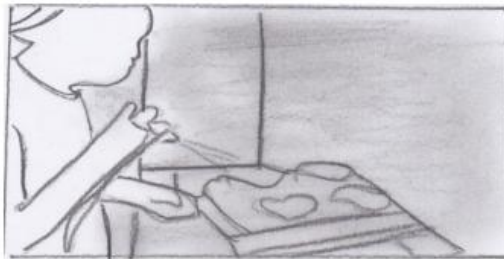
Gambar 6. Scene 4 / Int / Day / High Angle / Menampilkan Jenis Produk



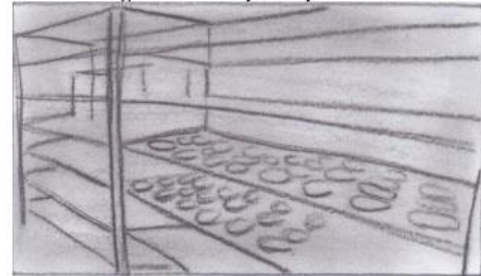
Gambar 7. *Scene 5 / Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Keunggulan Produk PT. Aserindo Cahaya Gemilang.*



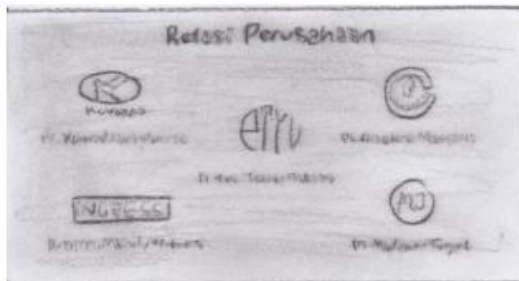
Gambar 8. *Scene 6 / Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Fasilitas Alat Produksi .*



Gambar 9. *Scene 7 / Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Proses Pembuatan Produk.*



Gambar 10. *Scene 8/ Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Hasil Produk*



Gambar 11. *Scene 9 / Menampilkan Relasi yang sudah Bekerjasama dengan PT. Aserindo Cahaya Gemilang.*



Gambar 12. *Scene 10 / Menampilkan Closing Bumper (Logo, Alamat, Kontak, Email, Media Sosial)*

5. *Script Writing*

Naskah yang berisi serangkaian dialog audio yang disusun menurut alur tertentu disebut *script writing*. Berikut rincian *script writing* dari perancangan media video *Company Profile* sebagai sarana informasi dan promosi pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang:

Tabel 3. *Script Writing*

| No. | Visual | Audio |
|-----|---|--|
| 1. | Menampilkan <i>bumper opening</i> logo PT. Aserindo Cahaya Gemilang | <i>Sound Effect</i> |
| 2. | Menampilkan Plang PT. Aserindo Cahaya Gemilang | <i>PT Aserindo Cahaya Gemilang // yang berlokasi di Kampung Tegaldanas/ RT tiga/ RW// satu/ Kelurahan Pasirsari // Kecamatan Cikarang Selatan/ Kabupaten Bekasi – Jawa Barat//</i> |
| 3. | Menjelaskan Profil dan Sejarah Singkat PT. Aserindo Cahaya Gemilang | <i>PT Aserindo Cahaya Gemilang bergerak dalam bidang Otomotif khususnya jasa spray and painting metal dan plastic// berdiri pada tahun dua ribu dua puluh satu/ yang didirikan oleh Bapak Asep</i> |

| | | |
|-----|---|---|
| | | <i>Rohimat// PT// Aserindo Cahaya Gemilang memiliki bahan baku produksi berkualitas// terbaik//</i> |
| 4. | Menampilkan Jenis Produk | <i>PT// Aserindo Cahaya Gemilang/ dikenal dengan industri yang memiliki berbagai jenis produk diantaranya/ Reflector/Chanel ASSY/ BBFI/ Metal Bracket//</i> |
| 5. | Menampilkan Keunggulan Produk PT. Aserindo Cahaya Gemilang. | <i>keunggulan dari produk yang dihasilkan oleh PT// Aserindo Cahaya Gemilang yaitu menggunakan bahan baku produksi berkualitas terbaik dan juga mesin yang canggih// PT// Aserindo Cahaya Gemilang juga memiliki sarana dan prasarana seperti Spray Booth/ Mobil Logistik/ Gudang penyimpanan/ Mesin Oven/ Cooling Area/ Loker Room/ Buffing Area/ staff room/ Ruang Meeting//</i> |
| 6. | Menampilkan Fasilitas Alat Produksi. | <i>PT Aserindo juga memiliki Fasilitas alat produksi seperti gunspray/ Polisher/ Oven Machine/ dan Hand Pallet//</i> |
| 7. | Menampilkan Proses Pembuatan Produk. | <i>proses produksi tentu memiliki tahap tahap tersendiri// tahap pertama ialah Quality Incoming yaitu proses pengecekan produk sebelum dilakukan pengecatan// tahapan kedua ialah tahap wipping atau pembersihan produk sebelum dilakukan proses spray// tahap selanjutnya ialah blowing // Tahap Selanjutnya ialah proses spray and painting produk// dan setelah itu akan memasuki tahap oven atau proses pengeringan setelah di spray atau di cat// lalu setelah tahapan oven lanjut memasuki tahapan QC atau pengecekan keseluruhan produk yang sudah di spray atau di cat// memastikan bahwa produk yang sudah di spray atau dicat tidak memiliki kecacatan produk// setelah proses QC selesai tahapan selanjutnya ialah proses buffing untuk memperhalus dan mempercantik hasil akhir barang tersebut sebelum proses pengemasan// dan tahapan terakhir yaitu quality final inspection sekaligus mengemas barang//</i> |
| 8. | Menampilkan Hasil Produk | <i>Music</i> |
| 9. | Menampilkan Relasi yang sudah Bekerjasama dengan PT. Aserindo Cahaya Gemilang. | <i>PT//Aserindo Cahaya Gemilang terdapat lima Perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan/ diantaranya//</i> |
| 10. | Menampilkan <i>Closing Bumper</i> (Logo, Alamat, Kontak, Email, Media Sosial) | <i>Music</i> |

6. *Rundown*

Daftar atau rencana kegiatan yang diatur secara berurutan, yang mencakup segmen-segmen seperti *opening bumper* sampai dengan *closing bumper*. *Rundown* perancangan video *company profile* sebagai sarana informasi dan promosi pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. *Rundown*

| No. | Scene | Location | Duration | ANIMASI / Int / Ext | Description |
|-----|-------|---------------|-----------------------|------------------------|---|
| 1. | 1. | - | 00:00:00- 00:00:07 | ANIMASI | Menampilkan <i>bumper opening</i> logo PT. Aserindo Cahaya Gemilang |
| 2. | 9. | - | 00:01:22- 00:01:34 | ANIMASI | Menampilkan Relasi yang sudah Bekerjasama dengan PT. Aserindo |
| 3. | 10. | - | 00:01:35- 00:01:42 | ANIMASI | Menampilkan <i>Closing Bumper</i> (Logo, Alamat, Kontak, Email, Media Sosial) |
| 4. | 2. | Pintu Masuk | 00:00:08- 00:00:15 | Ext | Menampilkan Plang PT. Aserindo Cahaya Gemilang |
| 5. | 3. | Area Produksi | 00:00:21- 00:00:27 | Int | Menjelaskan Profil dan Sejarah Singkat PT. Aserindo Cahaya Gemilang |
| 6. | 4. | Ruangan dalam | 00:00:28- 00:00:31 | Int | Menampilkan Jenis Produk |
| 7. | 5. | Ruangan dalam | 00:00:32- 00:00:36 | Int | Menampilkan Keunggulan Produk PT. Aserindo Cahaya Gemilang |
| 8. | 6. | Area Produksi | 00:00:37- 00:00:40 | Int | Menampilkan Fasilitas Alat Produksi. |
| 9. | 7. | Area Produksi | 00:00:40- 00:00:50 | Int | Menampilkan Proses Pembuatan Produk |
| 10. | 8. | Area Produksi | 00:00:50- 00:01:15 | Int | Menampilkan Hasil Produk |

7. *Crew Produksi*

Nama-nama tertentu akan terlibat dalam penyusunan *crew* selama proses membuat video *company profile*. Sutradara, penulis skenario, kameraman, pilot drone, dubber, editor, dan model termasuk dalam kategori ini.

Tabel 5. *Crew*

| No. | Jabatan | Nama |
|-----|----------------------------|------------------|
| 1. | Sutradara | Bhentar Ramadhan |
| 2. | <i>Script writer</i> | Bhentar Ramadhan |
| 3. | <i>Cameraman</i> | Bhentar Ramadhan |
| 4. | <i>Assistant Cameraman</i> | Aang Hidayat |
| 5. | <i>Pilot Drone</i> | Taufani |
| 6. | <i>Dubber</i> | Bhentar Ramadhan |

| | | |
|----|---------------|------------------|
| 7. | <i>Editor</i> | Bhentar Ramadhan |
| 8. | <i>Talent</i> | Rifqi Hadhiyanto |

8. *Time Schedule*

Jadwal penelitian pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang adalah sebagai berikut:

Tabel 6. *Time Schedule*

| Tahapan | | Oktober 2023 | | | | November 2023 | | | | Desember 2023 | | | | Januari 2024 | | | |
|--------------------------|---------------------|------------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Preproduction | Pengajuan Observasi | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pengumpulan Data | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| | Analisis Data | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| | Ide/Gagasan | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| | Sinopsis | | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| | Narasi | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| | Storyboard | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| | Script Writing | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | Rundown | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | Penyusunan Crew | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | Time Schedule | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | Anggaran/Budget | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | Setting alat | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| | Production | Perencanaan Multimedia | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Perencanaan Audio | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Perencanaan Visual | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Perencanaan Broadcasting | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Post Production | Digitizing | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Editing | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Mixing | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Finishing | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Exporting | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Segmen Pasar | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

9. *Budget Produksi Media*

Anggaran untuk produksi media video *company profile* pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang adalah sebagai berikut:

Tabel 7. *Budget Produksi Media*

| No. | Kebutuhan Produksi | Ket | Jumlah | Hari / Bulan | Biaya Produksi |
|-----|---------------------------|---------|---------|--------------|--|
| 1. | Survey Lokasi | - | 1 orang | 4 Hari | Rp.30.000 x 4 hari = Rp.120.000 |
| 2. | Konsumsi dan Transportasi | Beli | 2 orang | 1 Hari | Rp.30.000 x 2 = 60.000 + 300.000 = 420.000 |
| 3. | Voice Over | Sendiri | 1 orang | 1 Hari | - |
| 4. | Talent | - | 1 orang | 1 Hari | Rp. 100.000 |

| | | | | | |
|--------------|---|--------------------|---------|---------|--|
| 5. | Jasa Pilot Drone | Sewa Jasa dan alat | 1 orang | 1 Hari | Rp. 300.000 |
| 6. | Wifi First Media | Beli | 1 | 6 Bulan | Rp. 150.000 x 6 = Rp. 900.000 |
| 7. | Camera Canon EOS 1200D | Milik Sendiri | 1 | 1 Hari | - |
| 8. | SanDisk Ultra SDHC I 16GB SD Memory Card 16GB | Beli | 1 | 1 Hari | Rp. 125.000 |
| 9. | Cameras Canon m50 Mark II Mirrorless | Sewa | 1 | 1 Hari | Rp. 300.000 |
| 10. | Camera Canon 200D Mark II | Sewa | 1 | 1 Hari | Rp. 300.000 |
| 11. | Memory Card Sandisk 64GB | Beli | 1 | 1 Hari | Rp. 200.000 |
| 12. | Memory HDD External 500GB | Milik Sendiri | 1 | 1 Hari | - |
| 13. | Tripod Takara Eco 193A | Milik Sendiri | 1 | 3 Hari | - |
| 14. | DVD RW, Label dan Case | Beli | 4 | 1 Hari | Rp. 10.000 + Rp.10.000 + Rp.6.000 = Rp. 26.000 |
| 15. | Card Reader | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 16. | Laptop Asus VivoBook Max X441B | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 17. | FlashDisk Sandisk Cruzer Blade 16GB | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 18. | Lensa Kit EF-S 18 – 55mm | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 19. | Lensa Zoom Tele EFS 55-250mm 1,1m/3,6ft | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 20. | Lensa Canon Kit EF-M 18-55mm | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 21. | Clip on | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 22. | Adobe Photoshop 2022 | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 23. | Adobe After Effect CC 2018 | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| 24. | Adobe Premiere Pro CC 2018 | Milik Sendiri | 1 | 6 Bulan | - |
| Total | | | | | Rp. 2.791.000 |

10. Peralatan

Peralatan yang diperlukan untuk membuat video Company Profile untuk PT. Aserindo Cahaya Gemilang adalah *Camera Canon EOS 1200D, Camera Canon m50 Mark II Mirrorless, Camera Canon 200D Mark II, SanDisk Ultra SDHC I 16GB SD Memory Card 16GB, Memory Card Sandisk 64GB, HDD External 500GB, Card Reader, Tripod Takara Eco 193A, Laptop Asus VivoBook Max X441B, FlashDisk Sandisk Cruzer Blade 16GB, Lensa Kit EF-S 18 – 55mm, Lensa Zoom Tele EFS 55-250mm 1,1m/3,6ft, Lensa Canon Kit*

Gambar 14. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo PT. Aserindo Cahaya Gemilang*



Gambar 15. *Scene 2/ Ext / Day / Low Angle / Menampilkan Plang PT. Aserindo Cahaya Gemilang*



Gambar 16. *Scene 3/ Int / Day / Full Shoot / Menjelaskan Profil dan Sejarah Singkat PT. Aserindo Cahaya Gemilang*

Gambar 17. *Scene 4/ Int / Day / High Angle / Menampilkan Jenis Produk*



Gambar 18. *Scene 5/ Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Keunggulan Produk PT. Aserindo Cahaya Gemilang.*

Gambar 19. *Scene 6/ Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Fasilitas Alat Produksi*



Gambar 20. *Scene 7/ Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Proses Pembuatan Produk*

Gambar 21. *Scene 8/ Int / Day / Medium Shoot / Menampilkan Hasil Produk*



Gambar 22. *Scene 9/ Menampilkan Relasi yang sudah Bekerjasama dengan PT. Aserindo Cahaya Gemilang*



Gambar 23. *Scene 10/ Menampilkan Closing Bumper (Logo, Alamat, Kontak, Email, Media Sosial)*

4. Perencanaan *Broadcasting*

Perencanaan *Broadcasting* melibatkan proses merinci dan merencanakan segala aspek yang terlibat dalam perencanaan *broadcasting*, membutuhkan target audiens serta pemasaran yang tepat untuk mencapai sasaran yang lebih luas. Dengan adanya perencanaan *broadcasting* yang tepat, dengan cara mengimplementasikan media video *company profile* melalui *youtube* “Official Aserindo” dan *Instagram* “@Officialaserindo” dapat memberikan gambaran secara informatif dan penjelasan penting mengenai ruang lingkup perusahaan secara menyeluruh dan terkini pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang.

3.3. Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi merupakan tahap penyelesaian akhir dari seluruh kegiatan produksi yang telah dilakukan sebelumnya. ^[14]



Gambar 24. *Post Production*

1. *Digitizing*

Digitizing ialah proses mengonversi rekaman video ke dalam format *digital* memungkinkan pengolahan dan distribusi dengan mudah.

2. *Editing*

Pada tahap *editing* menggunakan beberapa *software*, yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2018*, *Adobe Photoshop 2022*, dan *Adobe After Effect CC 2018*.

3. *Mixing*

Mixing adalah menggabungkan video yang diedit di *Adobe Premiere Pro CC 2017* dengan *voice over*, *backsound*, dan *sound effect*.

4. *Finishing*

Tahap *finishing* adalah tahap di mana berbagai komponen digabungkan dan disempurnakan untuk menghasilkan hasil akhir yang ideal. Namun, Anda harus mengecek kembali file untuk memastikan apakah ia sesuai dengan sinopsis.

5. *Exporting*

Dalam proses produksi video, tahap eksportasi merujuk pada proses menghasilkan atau mengeksport video yang telah selesai dari tahap pengeditan proyek perancangan media video perusahaan sebagai sarana informasi dan promosi PT. Aserindo Cahaya Gemilang. Selama tahap eksportasi ini, hasil akhir proyek yang telah diselesaikan selama tahap pengeditan di ekspor menggunakan program *Adobe Premiere Pro CC 2018*.

6. Segmen Pasar

Segmen pasar ialah tahapan dimana hasil rancangan video dikemas dengan cara yang menarik untuk menjangkau audiens secara luas dengan mengimplementasikannya pada *instagram* “@officialaserindo” dan *youtube* “Official Aserindo”. ^[15] Melalui video *company profile* ini, PT. Aserindo Cahaya Gemilang diharapkan dapat memberi tahu orang lebih banyak tentang perusahaan dan meningkatkan jumlah pelanggan, klien, dan pendapatan setiap tahunnya.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsep video yang diinginkan PT. Aserindo Cahaya Gemilang akan menampilkan profil, proses produksi, cara kerja, jenis produk, fasilitas, hubungan perusahaan, dan keunggulan produk. Media video dengan konsep baru ini diharapkan dapat menarik konsumen, klien, dan masyarakat. Perusahaan menghadapi masalah dalam mempromosikan dan memberikan informasi tentang produk perusahaan. Sebelumnya, perusahaan hanya menggunakan leaflet dan promosi yang di kirim melalui telepon dan email, dengan informasi yang sangat sederhana. Selain itu, perusahaan tidak memiliki video *company profile* yang dapat memberikan gambaran lengkap tentang operasi perusahaan. Melalui video ini, Anda diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan, klien, dan uang setiap tahunnya karena Anda lebih dikenal masyarakat luas. Perusahaan dapat membantu target yang ingin dicapai perusahaan melalui video *company profile* ini dengan mengikuti kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan melalui akun YouTube "Aserindo Official" dan akun Instagram "@officialaserindo". Tujuan dari kegiatan promosi ini adalah untuk meningkatkan target pemasaran penjualan produk setiap tahunnya dan memperkenalkan perusahaan lebih luas kepada masyarakat.

5. SARAN

Peneliti berikutnya disarankan untuk membuat video *company profile* yang lebih inovatif dan informatif. Ini akan membuat profil ini lebih menarik dan informasinya lebih mudah dipahami oleh masyarakat. PT. Aserindo Cahaya Gemilang dapat mencapai target yang diharapkan dengan memanfaatkan media *company profile* untuk memberikan informasi yang relevan dan menarik kepada konsumen, klien, dan masyarakat. Dengan membuat media profil ini, Perusahaan dapat memperluas strategi pemasaran produknya dengan memberikan informasi tentang perkembangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Choliso, S. Zul Friandi, and A. Ilmi, "Video Promosi Dan Informasi Berbentuk Company Profile Pada PT McCSEN Lite", MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 4, no. 1, pp. 75-87, Feb. 2023.
- [2] L. Sunarya, M. ., and C. Sitinjak, "Media Promosi Berbasis Video Company Profile Pada PT. Polymindo Permata", MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 4, no. 2, pp. 210-222, Aug. 2023.
- [3] M. ., F. Wardana, and L. Miranda, "Media Company Profile Sebagai Sarana Promosi Pada CV. Sigma Panongan Kabupaten Tangerang", MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 4, no. 1, pp. 61-74, Feb. 2023.
- [4] A. Jasmine and R. B. Loen, "Penggunaan Video Company Profile sebagai Sarana Informasi dan Meningkatkan Promosi pada PT Avoir Industry", jtim, vol. 2, no. 2, pp. 125-132, Aug. 2020.
- [5] D. Eko Valentino and M. Jodi Hardiansyah, "Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung", TEMATIK, vol. 7, no. 1, pp. 1-20, Jun. 2020.
- [6] R. Supriati, P. Adhi Putra, and M., "Video Company Profile Untuk Sarana Promosi Di CV. Liarie Radha Kayana Cikarang Bekasi", MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 4, no. 1, pp. 24-35, Feb. 2023.
- [7] Prasasti and Sri Wahyuni Panjaitan, "PT Company Profile Video Design. Charoen Pokphand Indonesia Medan", FJAS, vol. 2, no. 8, pp. 2065–2080, Sep. 2023.
- [8] R. Wulandari, M. F. Abdillah, and P. Putra, "Media Video Profile Sebagai Sarana Promosi StarHits Pada Suara Mas Abadi Jakarta", MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 3, no. 1, pp. 74-85, Feb. 2022.

- [9] K. Suci Lestari, R. Mardistira, and A. Hidayat, “Media Video Profile sebagai Sarana Promosi PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 2, pp. 159-173, Jun. 2024.
- [10] L. Sunarya, S. Ashari, and A. Dillah, “Media Video Sebagai Sarana Informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Pada Diskominfo Kota Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 2, pp. 201-215, Aug. 2024.
- [11] 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.
- [12] R. Y. Ariyana, Erma Susanti, and Prita Haryani, “Rancangan Storyboard Aplikasi Pengenalan Isen-Isen Batik Berbasis Multimedia Interaktif”, *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 1, no. 3, pp. 321–331, Jun. 2022.
- [13] Salma Monica Haren, “Model Manajemen Produksi Film Pendek Cerita Masa Tua”, *JAS*, vol. 1, no. 1, pp. 107–112, Sep. 2023.
- [14] Handarbe linuwih, Iradiani Aisiah Munir, and Thariq Hanif Fakhruddin, “Manajemen Produksi dan Distribusi Film Sugeng Tanggap Warsa”, *JAS*, vol. 3, no. 3, pp. 28–35, Sep. 2023.
- [15] M. P. Baqi, S. Santoso, and M. Maulana, “Media Informasi Berupa Video Profile Bidang Pemuda Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 2, no. 2, pp. 202-212, Jul. 2021.