

Video Promosi dan Informasi Berbentuk *Company Profile* Pada PT McCSEN Lite

Novi Cholisoh ^{*1}, Sedy Zul Friandi ², Ahmad Fahmy Fiqri Ilmi ³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi, Universitas Raharja

Email: ^{*1} novi@raharja.info, ² sedy@raharja.info, ³ ahmad.fahmy@raharja.info

Abstrak

Company Profile adalah sebuah aset perusahaan, yang dipegang dan dimiliki oleh setiap perusahaan yang berperan sebagai ciri atau jati diri dari perusahaan. PT McCSEN yaitu perusahaan yang beroperasi di bidang Produksi aksesoris dan variasi motor yang beralamat di Jalan Pemda Tigaraksa, Budi Mulya, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten. Tujuan dibuatnya video *company profile* untuk media pendukung informasi dan promosi dengan beberapa inovasi produk terbaru dan kreatifitas agar lebih menarik. Permasalahan yang di hadapi PT McCSEN Lite ialah belum memiliki media informasi dan promosi, sebelumnya sudah membuat tapi tidak tersebar ke sosial media, dan sudah tidak up to date. Hal ini menjadikan PT McCSEN Lite tertarik untuk membuat video *company profile* yang memberikan informasi dan promosi kepada masyarakat luas dan competitor lain. Terdapat metode yang akan di gunakan pada video *company profile* diantaranya yaitu, pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media dan Konsep Produksi Media(KPM). Melalui video *company profile* ini dapat menunjang pihak perusahaan dalam mencari competitor untuk bekerja sama, dan dikenal bagi masyarakat luas.

Kata Kunci - *Company Profile*, Video, PT McCSEN Lite

Abstract

Company Profile is a company asset, which is held and owned by every company that acts as a characteristic or identity of the company. PT McCSEN is a company that operates in the production of accessories and motorcycle variations, having its address at Jalan Pemda Tigaraksa, Budi Mulya, Cikupa District, Tangerang Regency, Banten. The purpose of making a company profile video for media supporting information and promotion with some of the latest product innovations and creativity to make it more interesting. The problem faced by PT McCSEN Lite is that it does not yet have information and promotion media, previously it has been made but not spread to social media, and is not up to date. This makes PT McCSEN Lite interested in making a company profile video that provides information and promotions to the public and other competitors. There are methods that will be used in the company profile video, including data collection, SWOT analysis, media design and Media Production Concepts (KPM). Through this company profile video, it can support the company in finding competitors to work with, and be known to the wider community.

Keywords - *Company Profile*, Video, PT McCSEN Lite

1. PENDAHULUAN

Company Profile merupakan suatu aset yang dimiliki setiap perusahaan. *Company Profile* memiliki ciri khas dari perusahaan dalam menjalin ikatan yang baik serta dapat menjadikan strategi penunjang dari informasi dan promosi pada bagian *marketing*. Untung mendapatkan *creator*, maupun *creator corporate* terkait. Maka *company profile* sangatlah penting untuk membangun sebuah citra perusahaan agar dapat dikenal khalayak luas.

PT McCSEN ialah sebuah perusahaan yang berkecimpung di bidang Produksi aksesoris dan variasi motor yang beridiri pada tahun 2008 dan selalu mengalami perkembangan secara

bertahap pada jumlah produk yang ada di pasaran. PT McCSEN beralamat di Jalan Pemda Tigaraksa, Budi Mulya, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten.

Permasalahan yang ada sekitar beberapa tahun lalu dalam menginformasikan dan mempromosikan produknya, PT McCSEN Lite telah memakai media video *company profile*, namun belum tersebar ke dalam sosial media, dan video *company profile* sudah terlalu lama dan banyak informasi yg baru tidak ada di video *company profile* itu, maka dengan ini dibutuhkan pengembangan media *company profile* video yang dapat menarik konsumen dengan inovasi produk terbaru. Perusahaan ini sangat menjunjung tinggi kepuasan konsumen. Dengan semangat profesionalisme dan karyawan yang berdedikasi tinggi guna mendukung kepuasan tersebut. Maka sudah seharusnya perancangan iklan perlu dirancang ulang (*Redesign*).

Berdasarkan Analisa permasalahan diatas, maka diperlukan adanya pengembangan perancangan ulang (*Redesign*) terhadap video dari *company profile* yang ada untuk media penunjang informasi dan promosi dalam berbagai inovasi produk terbaru dan kreatifitas dalam pembuatan video *company profile* agar lebih menarik.

Video *company profile* PT McCSEN Lite diimplementasikan kedalam sosial media youtube. Dengan dibuatnya rancangan media video promosi dan informasi ini, diharapkan membantu PT McCSEN Lite dapat meningkatkan penjualan produk setiap tahunnya.

Berdasarkan penjabaran latar belakang, penulis tertarik untuk meneliti melalui penelitian dengan judul “Perancangan Video Promosi dan Informasi Berbentuk Video *Company Profile* Pada PT McCSEN Lite”.

2. METODE PENELITIAN

Media video *company profile* ini di dalam pembuatannya, di dukung dengan beberapa metode penelitian: (1) Pengumpulan Data, melalui Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka. (2) Video *company profile* pada PT McCSEN Lite, dirancang dengan *Adobe After Effect pro CC 2017*, *Adobe Premiere pro CC 2017* dan *Adobe Audition 2017*. (3) Konsep Produksi Media (KPM) terdiri dari: *Preproduction*, *Production* dan *Postproduction*.

Literature Review

Berikut adalah beberapa penelitian yang berkaitan dengan media video *company profile* ini yaitu :

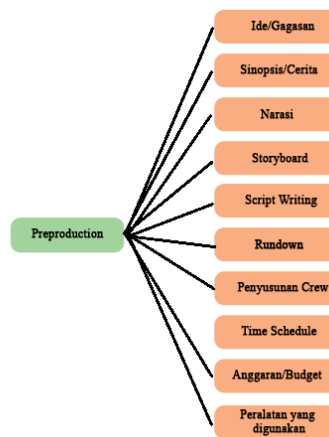
1. Hidayat, dkk (2019)^[1] dengan judul “Pembuatan Video *Profile* Perusahaan Berbasis Animasi 3D di PT. Krakatau Insan Mandiri” Tujuan dari penelitian ini yaitu Video profil perusahaan ini ingin memperkenalkan kan perusahaan yang bergerak dibidang Suplier tentang Profil, Visi, Misi dan Motto kepada para konsumen sehingga dapat memberikan informasi secara jelas dan dapat diterima kepada para konsumen.
2. Widada, dkk (2020)^[2] dengan judul “Video *Profile* Sebagai Media Promosi Pada Mts Al-husna Ypihn Curug Kabupaten Tangerang” Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai terobosan baru dalam multimedia dikarenakan kebutuhan informasi pada masyarakat Dalam melakukan promosi sebagai salah satu media sarana penunjang promosi serta informasi pada MTS Al-Husna YPIHN Curug.
3. Hastuti dan Evaluata Br Sembiring (2020)^[3] dengan judul “*Company Profile* KPKNL Batam dalam Bentuk Video” Tujuan dari penelitian ini yaitu Menyajikan informasi gambaran umum KPKNL dan empat layanan utama sebagai media pengenalan dan pemahaman KPKNL Batam.
4. Desrianti, dkk (2019)^[4] dengan judul “Video *Profile* sebagai Media Penunjang Promosi pada SDK Penabur Gading Serpong” Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi dan promosi secara efektif dan efisien terhadap lingkungan SDK Penabur Gading Serpong Tangerang.
5. Lestari, dkk (2022)^[5] dengan judul “Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur'an Tangerang” Tujuan untuk membantu peningkatan media promosi dan informasi seputar Pesantren Tahfizh Daarul Qur'an yang menjelaskan profile, sejarah, keunggulan, fasilitas, prestasi dan kegiatan yang dikemas menjadi satu video utuh yang dapat

dinikmati oleh masyarakat, menarik serta kreatif, agar bisa meraih minat calon santri di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Preproduction*

Preproduction ialah sebuah awal dalam proses mempersiapkan elemen-elemen yang termasuk dalam produksi. Contohnya termasuk mengidentifikasi ide, narasi, sinopsis, *script writing*, *storyboard*, *rundown*, *time schedule*, penyusunan *crew*, anggaran/*budget* untuk digunakan selama produksi, dan alat bantu persiapan yang diperlukan selama produksi.



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide/Gagasan

Ide atau gagasan adalah *step* dari tahapan *Pre-production* yaitu merancang susunan cerita dalam sebuah karya video melalui observasi, wawancara serta pengumpulan data. Konsep yang digunakan dalam video promosi dan informasi pada PT McCSEN Lite ini menampilkan informasi mengenai sejarah perusahaan, keseharian pegawai kantor maupun produksi, serta visi misi perusahaan yang dikemas secara menarik dan *inovatif* sehingga menghasilkan video *company profile*.

2. Sinopsis/Cerita

Sinopsis yaitu berupa alur cerita singkat, dari perancangan video. Adapun sinopsis dari media video *company profile* PT McCSEN Lite :

Pertama-tama menampilkan bumper logo PT McCSEN Lite selanjutnya menampilkan pov pegawai kantor dari PT McCSEN Lite dari awal masuk kedalam perusahaan sampai duduk di mejanya dan mengerjakan pekerjaannya, menampilkan footage drone perusahaan untuk opening setelah itu menampilkan video wawancara dengan salah satu pegawai kantor untuk menceritakan sejarah perusahaan, lokasi perusahaan dengan google maps, lalu produk dari perusahaan dan ada beberapa footage barang yang sudah jadi, setelah itu visi misi perusahaan yang masih dibawakan oleh salah satu pegawai perusahaan. Setelah itu menampilkan footage dari para pegawai kantor, seperti mengerjakan pekerjaannya masing-masing, meeting pegawai, dan suasana kantor pegawai. Kemudian menampilkan footage pegawai produksi, dari mulai area produksi, proses pengerjaan produk yaitu memotong bahan, mengepres bahan, mengelem dan mengecat bahan, serta pengecekan dan packing bahan jadi. Dilanjutkan dengan footage perusahaan seperti parkir pegawai baik motor maupun mobil, kantor satpam. Selanjutnya footage menampilkan footage drone perusahaan, tugu kabupaten tangerang,

dan berakhir dengan bumper closing logo PT McCSEN Lite lengkap dengan alamat, no.telepon dan sosial media.

3. Narasi

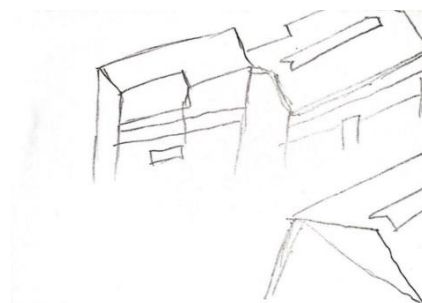
Narasi dengan menceritakan kejadian dan peristiwa yang disusun dalam bentuk tulisan. Narasi digunakan sebagai *voice over* untuk menyampaikan informasi dalam media video. Narasi dari *Video Company Profile* Pada PT McCSEN Lite:
Seiring perkembangan kendaraan di Indonesia/kami hadir untuk mengerti kemauan para masyarakat/mengedepankan kualitas produk yang terbaik// PT McCSEN Lite/sebuah perusahaan sparepart dan aksesoris kendaraan// Proses pemotongan dan penimbangan bahan// proses pengepresan bahan// proses pengeleman dan pengecatan bahan// proses pengecekan dan packing barang jadi// Kemudian barang yang sudah jadi kami antar ke supplier yang berada di Tangerang Selatan yaitu PT Prima Komponen//

4. Storyboard

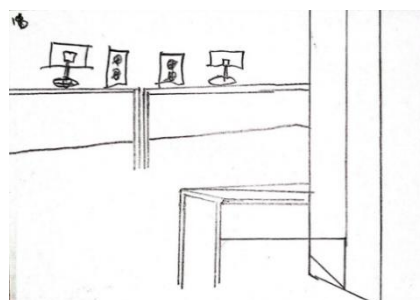
Storyboard merupakan sebuah visualisasi yang dibuat dengan menggunakan sketsa pensil, serta disusun secara berurutan sesuai dengan naskah, sehingga lebih mudah dalam menyampaikan ide cerita. Melalui gambar sketsa yang dibuat, akan menghasilkan imajinasi yang sama pada ide cerita.



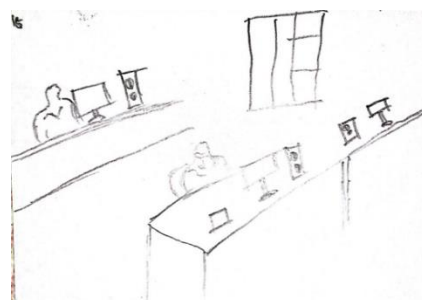
Gambar 2. Scene 1/ Menampilkan Bumper opening



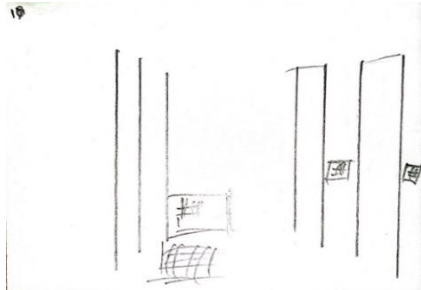
Gambar 3. Scene 2 EXT/day/Extreme LongShoot/ Menampilkan footage drone perusahaan



Gambar 4. Scene 3 INT/day/FulShoot/ Menampilkan footage suasana kantor



Gambar 5. Scene 4 INT/day/FullShoot/ Menampilkan footage pegawai kantor



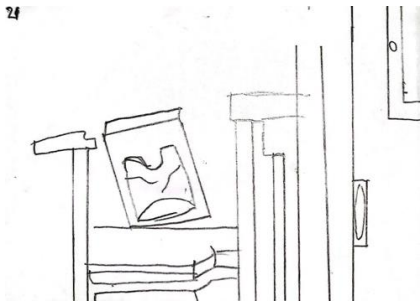
Gambar 6. Scene 5 INT/day/Fullshoot
Menampilkan footage area produksi



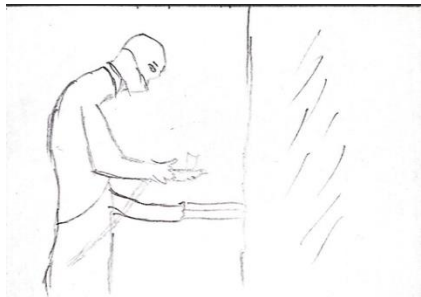
Gambar 7. Scene 6 INT/day/MediumShoot
Menampilkan footage pegawai produksi



Gambar 8. Scene 7 INT/day/FullShoot/
Menampilkan footage pegawai sedang memotong bahan



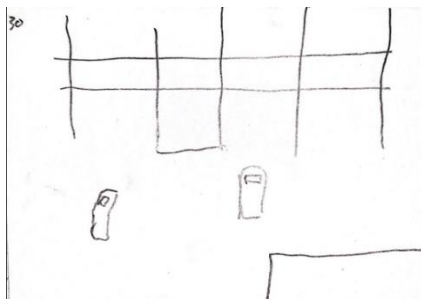
Gambar 9. Scene 8 INT/day/Close Up/
Menampilkan footage pegawai sedang mengepres bahan



Gambar 10. Scene 9 INT/day/Fullshoot/
Menampilkan footage pegawai sedang Mengecat



Gambar 11. Scene 10 INT/day/Fullshoot/
Menampilkan footage pegawai sedang packing barang jadi



Gambar 12. Scene 11 EXT/day/FullShoot
Menampilkan footage drone closing



Gambar 13. Scene 12/ Menampilkan bumper closing logo perusahaan

5. *Script Writing*

Script Writing ialah naskah yang disusun lengkap, informatif dan menarik, untuk membantu dalam *editing* video. Adapun *script writing* dari video *company profile* PT McCCSEN Lite :

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper logo opening</i>	Musik
2.	Menampilkan <i>footage drone</i> perusahaan	<i>Seiring perkembangan kendaraan di Indonesia, kami hadir untuk mengerti kemauan para masyarakat, mengedepankan kualitas produk yang terbaik// PT McCSEN Lite, sebuah perusahaan sparepart dan aksesoris kendaraan</i>
3.	Menampilkan <i>footage</i> suasana kantor	Musik
4.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai kantor	Musik
5.	Menampilkan <i>footage</i> area produksi	Musik
6.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai produksi	Musik
7.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai sedang memotong bahan	Proses pemotongan dan penimbangan bahan
8.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai sedang mengepres bahan	Proses pengepresan bahan
9.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai sedang mengecat	Proses pengeleman dan pengecatan bahan
10.	Menampilkan <i>footage</i> pegawai sedang <i>packing</i> barang jadi	Proses pengecekan dan <i>packing</i> barang jadi
11.	Menampilkan <i>footage drone</i> perusahaan	Musik
12.	Menampilkan <i>footage bumper closing logo</i> perusahaan	Musik

6. *Rundown*

Rundown merupakan susunan program dari *project* video yang disusun secara sistematis sesuai *scene* dan dibatasi oleh durasi, dengan cara mengelompokkan lokasi yang sama, serta penjelasan dari *shooting* atau pengambilan gambar disesuaikan dengan susunan jadwal yang ditentukan.

Tabel 2. *Rundown*

No	Scene	Location	Duration	INT/ EXT	Description
1.	5	Area Produksi	02:50:24- 03:20:50	INT	Menampilkan video area produksi
2.	6	Area Produksi	03:03:01- 03:20:37	INT	Menampilkan video pegawai produksi yang sedang bekerja

3.	7	Area Produksi	03:20:50-03:29:38	INT	Menampilkan video pegawai sedang memotong dan menimbang bahan
4.	8	Area Produksi	03:29:38-03:40:12	INT	Menampilkan video pegawai sedang mengepres bahan
5.	9	Area Produksi	03:40:12-03:53:05	INT	Menampilkan video pegawai sedang mengelem dan mengecat
6.	10	Area Produksi	03:53:05-04:05:43	INT	Menampilkan video pegawai sedang pengecekan dan packing barang
7.	3	Ruangan Kantor	02:30:01-02:34:54	INT	Menampilkan <i>footage</i> suasana kantor perusahaan
8.	4	Ruangan Kantor	02:34:54-02:38:14	INT	Menampilkan <i>footage</i> pegawai kantor sedang bekerja
9.	2	Area Perusahaan	00:47:09-00:59:32	EXT	Menampilkan <i>footage</i> drone perusahaan PT McCSEN Lite opening
10.	7	Area Perusahaan	04:47:45-05:00:12	EXT	Menampilkan <i>footage drone</i> perusahaan closing

7. *Penyusunan Crew*

Penyusunan *Crew* dalam proses produksi video yaitu menentukan tim yang berkaitan. Adapun susunan *crew* dalam pembuatan video *company profile* pada PT McCSEN Lite diantaranya:

Tabel 3. *Penyusunan Crew*

No	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Ahmad Fahmy Fiqri Ilmi
2.	<i>Cameraman 1</i>	Mochamad Febrianto
3.	<i>Cameraman 2</i>	Abizar Ghifari
3.	<i>Lighting</i>	Agung Ramadhan
4.	<i>Pilot Drone</i>	Dede Rozali
5.	<i>Editor</i>	Ahmad Fahmy Fiqri Ilmi
6.	<i>Script Writing</i>	Ahmad Fahmy Fiqri Ilmi
7.	<i>Dubbing</i>	Mutiara Daruningsih
8.	<i>Talent</i>	Pegawai kantor dan Pegawai Produksi

8. *Time Schedule*

Dengan menentukan penjadwalan dalam proses pembuatan video berdasarkan penentuan jadwal yang ditetapkan.

Tabel 4. *Time Schedule*

Tahapan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022				September 2022						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Pre Production	Pengajuan Observasi	■	■	■	■																										
	Pengumpulan Data					■	■	■	■																						
	Analisis Data					■	■	■	■																						
	Ide/Gagasan									■	■																				
	Sinopsis/Cerita									■	■																				
	Narasi									■	■																				
	Pembuatan Storyboard									■	■	■																			
	Script Writing											■	■	■																	
	Run-down													■	■	■															
	Penyusunan Crew														■	■	■														
	Time Schedule															■	■	■													
	Anggaran/Budget																	■	■	■											
	Peralatan yang digunakan																		■	■											
Production	Perencanaan Multimedia																	■	■	■	■										
	Perencanaan Audio																					■	■	■	■						

9. *Budget* Produksi Media

Perencanaan *budget* sesuai kebutuhan produksi media diantaranya:

Tabel 5. *Budget* Produksi Media

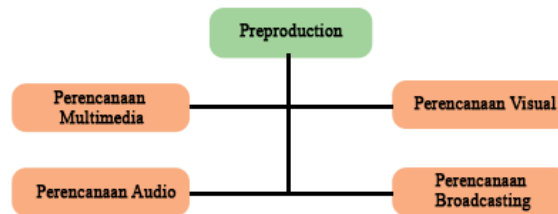
No	Alat Produksi	Jumlah	Hari	Keterangan	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi		5		200.000
2.	Camera Mirrorless Sony A6000	1		Sewa	100.000
3.	Gimbal	1		Pinjam	-
4.	Memory Sandisk Ultra 32 GB	1		Pinjam	-
5.	Drone DJI Spark + Pilot	1		Sewa	200.000
6.	Lensa 7 Artisan 25 mm	1		Pinjam	-
7.	Lighting LED	1		Milik Pribadi	-
8.	Komputer / PC	1		Milik Pribadi	-
9.	Dubber	1		Sewa	200.000
10.	Transportasi Produksi				200.000
11.	Konsumsi				400.000
12.	Jumlah				2.000.000

10. Peralatan

Peralatan yang dipakai dalam membuat video *profile* ini adalah *camera Mirrorless Sony A6400, Gimbal Moza Aircross 2, Lensa Voigtlander 35 mm f 1.4, Memory Sandisk Ultra 32 GB, Drone DJI Mavic, Lightning LED*, dan Komputer.

3.2 Production

Pada tahap *Production* proses *shooting* dan pengambilan gambar dapat dimulai. *Sinopsis, storyboard* dan *script writing* yang sudah dibuat sebelumnya dieksekusi. Dalam proses produksi, terdapat perencanaan *audio, visual, multimedia* serta *broadcasting*.



Gambar 14. *Production*

1. Perencanaan *Multimedia*

Dengan perpaduan teks, gambar dan suara, dalam hal ini dihasilkan video yang dinamis dan interaktif.

- a. Jenis *teks* yang di gunakan pada *intro bumper* sampai *outro bumper* dengan *font "Bebas Neue"*.
- b. Format gambar pada video ini yaitu JPG dan PNG diantaranya Logo Perusahaan, Nomor Telepon perusahaan, Sosial Media Perusahaan, dan Alamat Perusahaan.
- c. *Sound / Suara* yaitu menggunakan *dubber* atau pengisi suara dan diiringi *backsound instrumental* musik berjudul "*Everyone Got Something dan Dare to Dream*".

2. Perencanaan *Audio*

Dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada *audience* dibutuhkan *audio* dalam bentuk suara sehingga video yang akan diputar menjadi tidak membosankan, informatif, mudah dipahami dan menarik.

a. *Backsound*

Backsound yang digunakan adalah *background music no copyright*, yang digunakan mulai dari isi video setelah *bumper* sampai dengan selesai dengan judul "*Everyone Got Something dan Dare to Dream*", *backsound* tersebut dipilih karena sesuai dengan konten yang ingin disampaikan.

b. *Sound Effect*

Sound effect yang digunakan yaitu *effect "preset sound effect"*, *sound* ini digunakan pada *motion graphic* sebagai pelengkap agar animasi terkesan hidup.

c. *Voice Over*

Voice over yang digunakan yaitu *sound* dari *dubber* yang direkam menggunakan *Microphone External* dan *handphone*.

3. Perencanaan *Visual*

Perencanaan *visual* untuk mendukung tampilan video divisualisasikan agar lebih terlihat menarik, sebagai daya tarik masyarakat atau *competitor* PT McCSEN Lite. Perancangan video *company profile* menggunakan *visual effect* dan menggunakan *teks* dalam penyampaian informasi. Kemudian menampilkan *visual* sesuai dengan kebutuhan,

dimulai dari menampilkan gedung, area kantor, area produksi, area perusahaan, kegiatan sehari-hari pegawai kantor dan produksi, dan disertai *bumper* untuk *opening* dan *closing* video.

4. Perencanaan *Broadcasting*

Video *company profile* di *upload* melalui *channel youtube* PT McCSEN Lite sebagai tahap implementasi.

Program Visual

Program *visual video company profile* pada PT McCSEN Lite dibuat dengan *software Adobe Premiere pro CC 2017, Adobe Audition 2017 dan Adobe After Effect pro CC 2017*, sebagai pembuatan efek *visual* dan juga menggabungkan video yang telah diseleksi.



Gambar 2. *Scene 1/ Menampilkan Bumper opening*



Gambar 3. *Scene 2 EXT/day/Extreme LongShoot/ Menampilkan footage drone perusahaan*



Gambar 4. *Scene 3 INT/day/FulShoot/ Menampilkan footage suasana kantor*



Gambar 5. *Scene 4 INT/day/FullShoot/ Menampilkan footage pegawai kantor*



Gambar 6. *Scene 5 INT/day/Fullshoot Menampilkan footage area produksi*



Gambar 7. *Scene 6 INT/day/MediumShoot Menampilkan footage pegawai produksi*



Gambar 8. Scene 7 INT/day/FullShoot/
Menampilkan footage pegawai sedang memotong bahan



Gambar 9. Scene 8 INT/day/Close Up/
Menampilkan footage pegawai sedang mengepres bahan



Gambar 10. Scene 9 INT/day/Fullshoot/
Menampilkan footage pegawai sedang Mengecat



Gambar 11. Scene 11 INT/day/Fullshoot/
Menampilkan footage pegawai sedang packing barang jadi



Gambar 12. Scene 11 EXT/day/FullShoot
Menampilkan footage drone closing



Gambar 13. Scene 12/ Menampilkan bumper closing logo perusahaan

3.3 Post Production

Tahapan *Post production* ini, keseluruhan hasil *shooting* dapat di edit, sesuai pada *storyboard* hingga hasil video dapat di implementasikan ke berbagai media promosi, yang terdiri dari, proses *digitizing, editing, mixing, finishing, exporting* dan segmen pasar.



Gambar 27. *Post Production*

1. *Digitizing*
Digitizing dengan memindahkan gambar dari kamera ke komputer, untuk meminimalkan sesuatu yang tidak diinginkan terjadi, seperti memori penuh atau kartu memori rusak.
2. *Editing*
Pada tahap *editing*, video di susun sesuai *scene* dan di potong atau sunting sesuai dengan keinginan, agar hasil video menarik untuk dilihat. *Editor* menggunakan *Adobe Premiere pro CC 2017, Adobe Audition 2017, Adobe AfterEffect pro CC 2017*.
3. *Mixing*
Mixing yaitu proses *editing* dengan menggabungkan video, *backsound* dan *dubbing*, dengan menggunakan *Adobe Premiere pro CC 2017, Adobe Audition 2017, Adobe AfterEffect pro CC 2017*.
4. *Finishing*
Finishing dengan pengecekan ulang pada video, serta memastikan kembali *visual*, teks, *backsound*, maupun *voice over* yang sudah di masukkan. Tersusun dengan baik dan *balance* agar dapat dilihat dan didengar secara baik oleh *audience*.
5. *Exporting*
Exporting dilakukan setelah pembuatan video/*rendering*, lalu di *export* dengan *Adobe Premiere Pro CC 2017*, dengan memilih format H.264 berkualitas *Full HD 1920x1080* dan *Frame Rate 50 fps*. Lalu video akan di *upload* ke *youtube* (PT McCSEN Lite).
6. *Segmen Pasar*
Pada proses ini, bertujuan untuk mencapai pangsa pasar di daerah Jabodetabek serta berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Video *company profile* PT McCSEN Lite diharapkan menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi *competitor* lain yang memiliki keinginan untuk bergabung atau menjadi informasi bagi masyarakat luas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap rancangan media video *company profile* pada PT McCSEN Kabupaten Tangerang, berdasarkan rumusan masalah terdapat beberapa kesimpulan yaitu, konsep yang dipergunakan untuk membuat video *company profile* yang menarik dan

informatif dengan memakai musik di dalam video tersebut agar penonton tidak merasa bosan. Strategi pemasaran yang dilakukan PT McCSEN untuk menarik minat calon *klien, customer*, serta masyarakat pada *sparepart variasi* motor salah satunya mengadakan pameran. Video *company profile* ini akan diimplementasikan melalui *youtube* perusahaan, kemudian bisa dikenal lebih luas dan memikat minat calon *customer, customer*, relasi dan masyarakat, pada produk yang dihasilkan perusahaan. Target yang ingin dicapai PT McCSEN dengan adanya media video *company profile*, dapat membantu bagian *digital marketing*, dengan memperkenalkan keseluruhan ruang lingkup perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan minat *customer* dan relasi untuk membeli produk *sparepart variasi* motor setiap tahunnya serta dapat semakin dikenal masyarakat.

5. SARAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di PT McCSEN Kabupaten Tangerang, terdapat beberapa saran peneliti. Dengan menggunakan media video *company profile* ini, peneliti menyarankan agar PT McCSEN Kabupaten Tangerang terus meng-*update* serta memberikan informasi terbaru terhadap media promosi dalam jangka kurang dari 2 tahun sekali, sesuai dengan perkembangan serta kemajuan dari perusahaan. Disarankan kepada PT McCSEN Kabupaten Tangerang untuk dapat memperluas strategi pemasaran produk perusahaan dengan menginformasikan video *company profile* ini, melalui *website, youtube* perusahaan, yang diharapkan dapat meningkatkan relasi yang bekerjasama dan lebih dikenal masyarakat luas. Disarankan untuk PT McCSEN Kabupaten Tangerang untuk dapat terus mengembangkan dan memperbarui video *company profile* dengan konsep menarik, kreatif, dan inovatif dalam penyajiannya. Baik dalam bentuk video ataupun menggunakan animasi. Sehingga dapat menarik masyarakat khususnya bagi calon *customer* yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hidayat, Riyan. Hendri Gunawan dan Diki Susandi. 2019. “Pembuatan Video Profil Perusahaan Berbasis Animasi 3d di Pt. Krakatau Insan Mandiri”. Banten : Universitas Banten Jaya. Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (SIMIKA). e-ISSN : 2622-6375. Vol. 2, No. 1.
- [2] Widada, Sugeng. Adi Kusuma Widya Tama dan Nanda Lestari. 2020. “VideoProfile Sebagai Media Promosi Pada MTS AL-Husna YPIHN Curug Kabupaten Tangerang”. Tangerang: Universitas Raharja. *Journal Cerita*. ISSN: 2655-2574. Vol.7, No.2: 39-51.
- [3] Hastuti. Try Widya dan Evaluata Br Sembiring. 2020. “Company Profile KPKNL Batam dalam Bentuk Video”. Batam : Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Multimedia and Networking* (JAMN). e-ISSN: 2548- 6853. Vol.4, No.2.
- [4] Desrianti, Dewi Immaniar, Giandari Maulani, dan Dana Krisdiana. 2019. “Video Profile sebagai Media Penunjang Promosi pada SDK Penabur Gading Serpong”. Tangerang: Universitas Raharja. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*. ISSN: 1978-8282. Online ISSN: 2655-4275. Vol. 12, No. 2 :152.
- [5] Lestari, Karunia Suci, Putri Rahayu Ningsih dan Mochamad Febrianto, 2022, “Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur’an Tangerang”, Tangerang: Universitas Raharja, MAVIB *Journal*, ISSN: 2723-1992, Vol. 3 No. 2