
Media Promosi Berbasis Video *Company Profile* Pada PT. Polymindo Permata

Lusyani Sunarya^{*1}, Mistano², Cornelia Arta Nauli Sitinjak³

^{*123}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja
Email: ^{*1} lusyani@raharja.info, ² mistano@raharja.info, ³ cornelia@raharja.info

Abstrak

Media promosi berguna dalam menyampaikan informasi sekaligus menawarkan barang atau jasa. Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat membutuhkan strategi periklanan yang kreatif dan memiliki daya tarik berbasis video. PT. Polymindo Permata berlokasi di Jatake, Kota Tangerang, adalah perusahaan manufaktur dan industri konstruksi tropis, dengan spesialisasi ekstrusi sintetik. Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan produk viro dan memberikan informasi mengenai perusahaan. Permasalahannya adalah perusahaan saat ini belum memiliki media company profile untuk perusahaannya, hanya melalui majalah, brosur, youtube, website dan instagram, berupa foto dan video, serta customer experience, dan belum menyampaikan identitas perusahaan, sehingga, perlu adanya media video company profile. Metode penelitiannya yaitu pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media dengan Adobe After Effects CC 2020, Adobe Premiere Pro CC 2020 dan Adobe Photoshop CC 2020, serta konsep produksi media (KPM) yaitu, praproduksi, produksi, dan pasca Produksi. Video ini akan diterapkan di YouTube, situs web perusahaan, dan Instagram. Dengan adanya video ini sebagai identitas perusahaan, agar lebih dikenal masyarakat luas dan jumlah pembelinya meningkat secara signifikan.

Kata Kunci – video company profile, informasi, promosi

Abstract

Promotional media is useful in conveying information as well as offering goods or services. The increasingly fierce competition in the business world requires advertising strategies that are creative and have video-based appeal. PT. Polymindo Permata located in Jatake, Tangerang City, is a tropical manufacturing and construction industry company, specializing in synthetic extrusion. This study aims to introduce viro products and provide information about the company. The problem is that companies currently do not have a media company profile for their company, only through magazines, brochures, YouTube, websites and Instagram, in the form of photos and videos, as well as customer experience, and have not conveyed corporate identity, so, there is a need for a company profile video media. The research methods are data collection, SWOT analysis, media design with Adobe After Effects CC 2020, Adobe Premiere Pro CC 2020 and Adobe Photoshop CC 2020, as well as the concept of media production (KPM), namely, pre-production, production and post-production. This video will be implemented on YouTube, company website and Instagram. With this video as a corporate identity, so that it is better known to the wider community and the number of buyers increases significantly.

Keywords – company profile video, information, promotion

1. PENDAHULUAN

Media promosi sering digunakan untuk menyampaikan informasi secara lebih efisien ketika barang atau jasa yang ditawarkan dikemas dalam wujud media cetak, ataupun media *audiovisual* (video) sebagai target pasar produsen menjual barang/jasa yang ditawarkan. Persaingan yang semakin ketat menjadikan perusahaan memasarkan produknya dengan penawaran yang berkualitas baik dan produk yang sangat serbaguna, maka diperlukan *company*

profile, agar pengguna atau audiens dapat mengetahui secara detail informasi mengenai perusahaan, produk maupun layanan yang ditawarkan, visi misi, serta nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan. ^[1] Melalui media video *company profile* dapat membantu perusahaan, serta produk yang ingin dipasarkan semakin dikenal *customer* maupun *client*.

Pt. Polymindo Permata Kota Tangerang berlokasi di Jalan Industri 2 Blok F No.8, Jatake - Kota Tangerang. Perusahaan dikenal dengan industri *furniture* dan bangunan tropis, yang memiliki berbagai jenis produk dengan *brand* diantaranya: *Viro*, *Viroforms*, dan *Varyan*. *Viro* yang membuat produk untuk bangunan, anyaman pagar, anyaman tali sintetis, payung *outdoor* tropis, *Viroforms* membuat keranjang dapur serbaguna, pengatur dan kotak penyimpanan, taman, bantal anyaman, kotak sampah, lentera, bangku dan *Varyan* yang membuat aneka anyaman tas serat asli. Dari tiga (3) *brand* ini memiliki videonya masing-masing dan cara penyampaiannya berbeda, memiliki ciri khasnya sendiri-sendiri di setiap video. PT Polymindo Permata memerlukan suatu inovasi pemasaran yang baru serta efektif untuk menginformasikan dan mempromosikan produk *Viro*, *Viroforms* dan *Varyan* dalam bentuk video *company profile*.

Berdasarkan hasil data pada saat wawancara dengan *stakeholder*, bahwa PT. Polymindo Permata pada tahun 2020 sebelumnya terdapat 3123 perusahaan lokal dan 1158 perusahaan internasional yang bekerjasama dengan perusahaan. Pada produk *brand Viro* mencapai omset 595 miliar, produk *brand Viroforms* mencapai 489 miliar, dan *brand Varyan* mencapai 342 miliar dalam setahun, namun pada tahun 2021 sejak pandemi *covid-19* yang terus meningkat, terdapat 645 perusahaan lokal dan 185 perusahaan internasional yang mengalami pemutusan kerjasama dan mengalami penurunan, pada produk *brand Viro* mencapai omset 462 miliar, produk *brand Viroforms* mencapai 339 miliar, dan *brand Varyan* 265 miliar dalam setahun.

Permasalahan yang terdapat di PT. Polymindo Permata Kota yaitu, dalam kegiatan promosi adalah kegiatan merayu atau membujuk konsumen sebagai upaya mengkomunikasikan keunggulan produk yang ditawarkan ^[2]. sebelumnya dalam penyampaian informasi serta promosi perusahaan sudah menggunakan media media cetak seperti brosur, majalah dan *youtube*, *website*, serta *instagram* dengan konsep desain grafis, foto dan video berupa promosi singkat mengenai produk serta testimoni dari para *customer*, dengan informasi yang masih sangat sederhana, belum memiliki media video *company profile* mengenai ruang lingkup perusahaan secara lengkap dan *up to date*.

Berdasarkan analisa pokok permasalahan terhadap PT. Polymindo Permata, saat ini sangat memerlukan media video *company profile* yang lebih *up to date*, informatif dan kreatif, sehingga meningkatkan penjualan produk perusahaan tersebut. Media ini, akan diimplementasikan di *youtube*, *website* dan *instagram*, untuk menjangkau *customer* yang lebih luas lagi, serta membantu bagian marketing dalam penyampaian bahan presentasi kepada calon klien yang ingin bekerjasama dengan perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Metode Pengumpulan Data yaitu Observasi, Wawancara, Studi pustaka, (2) Konsep Produksi Media yaitu: pra produksi, produksi dan pasca produksi serta (3) Perancangan video *company profile* ini didukung dengan *software* seperti *Adobe Photoshop CC 2020*, *Adobe After Effect Pro CC 2020*, dan *Adobe Premiere Pro CC 2020*.

2.2. Literature Review

1. Putri, dkk (2023) “Pembuatan Video Company Profile Fakultas Teknik Dan Komputer Universitas Harapan Medan Menggunakan Metode Chroma Key” Penelitian ini bertujuan, memperkenalkan institusi kepada masyarakat luas, menyampaikan apa saja yang ada di dalam kampus 3 Universitas Harapan Medan. ^[3]
2. Hidayat dan Joko Suwarno (2023) “Media Berbentuk Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi”. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk

- mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan agar mampu bersaing merebut kepercayaan dan kepuasan konsumen. ^[4]
3. Nugroho dan Hendra Kurniawan (2022) “*Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi*”, Tujuan dari penelitian ini, untuk mengembangkan media promosi berupa video company profile PT. Fala Group Indonesia berbasis multimedia, sehingga diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan dan keyakinan masyarakat terhadap penggunaan produk-produk perusahaan. ^[5]
 4. Zanitra dan Juni Nurma Sari (2022) “*Pembuatan Video Animasi 3D Company Profile Kampus Politeknik Caltex Riau Menggunakan Teknik Low Poly*”, Tujuan dari penelitian ini untuk dapat membantu calon mahasiswa baru, maupun masyarakat agar lebih mudah mendapatkan informasi mengenai program studi dari semua jurusan dan fasilitas yang disediakan di Politeknik Caltex Riau. ^[6]
 5. Agustina, dkk (2023) “*Penciptaan Video Company Profile Triplehouse sebagai Media Promosi*”, Tujuan dari penelitian ini, video *company profile* dapat digunakan untuk mendukung promosi *Triplehouse*. ^[7]
 6. Elfaladonna, dkk (2023) “*Sosialisasi Pemanfaatan Media Website Canva Untuk Membuat Video Profile Bank Sampah Sakura Palembang*”, Tujuan dari penelitian ini untuk untuk seluruh pekerja relawan sampah yang ada di Bank Sampah Sakura Palembang agar nantinya secara mandiri relawan tersebut dapat membuat video profil untuk mengembangkan publikasi Bank Sampah Sakura. ^[8]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra Produksi

Pra Produksi pada tahap ini dengan mempersiapkan seluruh elemen yang dibutuhkan untuk produksi, dengan menentukan idea, sinopsis, narasi, *storyboard*, *script writing*, *rundown*, penyusunan *crew*, *time schedule*, *budget* yang digunakan selama proses produksi berlangsung dan mempersiapkan alat-alat pendukung produksi.



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Ide merupakan langkah awal dalam pra produksi, dengan menentukan ide sebelum produksi video, sesuai dengan data perusahaan PT. Polymindo Permata yang menampilkan informasi meliputi: profil, jenis produk, fasilitas, proses produksi, hubungan bisnis, portofolio, kelebihan produk yang dihasilkan, agar konsumen, *client* dan masyarakat tertarik untuk bekerjasama dan diharapkan penjualan produk meningkat secara signifikan.

2. Sinopsis

Sinopsis dengan membuat ringkasan cerita yang dikemas secara singkat, padat, jelas. Tujuan dari pembuatan sinopsis ini adalah untuk mendapatkan gambaran utuh cerita yang dibuat ke dalam naskah. Berikut adalah sinopsis dari video *company profile* pada PT. Polymindo Permata.

Tabel 1. Sinopsis

Sinopsis
“PT Polymindo Permata adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri furnitur dan bangunan tropis, produsen utama bahan ramah lingkungan anyaman dan jerami untuk segala cuaca. Didirikan oleh Junus Sumardi pada tahun 1985 dan diluncurkan sebagai

merek bernama Viro. Viro adalah pemimpin pasar dunia untuk jerami segala cuaca dan permukaan anyaman segala cuaca Ilmu pengetahuan dan teknologi adalah dasar dari operasi kami. Namun, kami tidak hanya mengandalkan pada penemuan ilmiah atau terobosan teknologi, dengan teknologi dan sentuhan indera manusia untuk menghasilkan produk yang berkualitas proses teliti kami menghasilkan produk yang berbeda. virotatch, viroreed, virosurface, Viroumbrella, Virobambo, Virorop, Viroshades, Virofence, Archineering, viroforms, dan varyan kami memiliki mitra dan perwakilan di Amerika Utara, Amerika Selatan, Asia, Australia, segera afrika dan beberapa telah berkolaborasi dengan kami, semua produk kami 100% dapat didaur ulang dan kami mendaur ulang limbah kami dan mengubahnya menjadi produk baru yang menarik.”

3. Narasi

Narasi adalah susunan kalimat secara mendetail yang mengembangkan cerita menarik dari ide. Berikut laporan PT. Polymindo Permata Kota Tangerang:

Tabel 2. Narasi

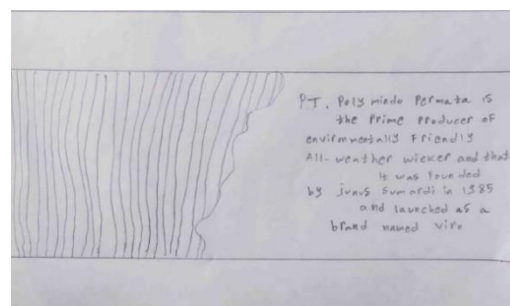
Narasi
<p><i>“PT// Polymindo Permata is the prime producer of environmentally friendly all-weather wicker and thatch/ it was founded by Junus Sumardi in one thousand nine hundred and eighty five and launched as a brand named Viro// All manufacturing process from our science laboratory/ we all mix and blend expertise with technology// Viro has several products including// Virotatch/ Viroreed// Virosurface// Viroumbrella// Virobamboo// Viroropes// Viroshades// Virofence// Archineering// Our Portofolio// We have partners and representatives in/ north Americ/ south America/ Asia/ Australia/ soon Africa// Multifunctional wicker/ house accessories Made of High Quality Material eco-friendly Non-toxic and safe for food contact// Varyan is an eco-friendly bag// Varyan Products one hundred percent Recyclable// Made with contemporary architects/ designers and artists/ influencing bag design our ropes/ genderless/ youthful and durable//”</i></p>

4. Storyboard

Storyboard yaitu membuat rangkaian sketsa desain dan catatan teknis film, untuk memudahkan proses produksi. Berikut adalah storyboard media video profil PT. Polymindo Permata:



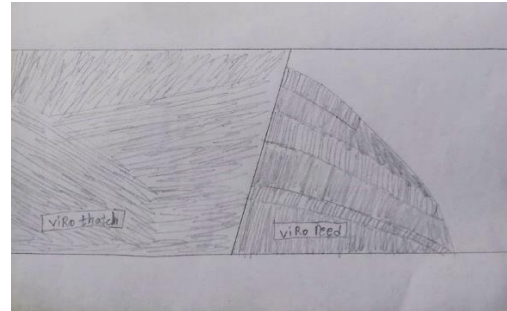
Gambar 2 /Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo



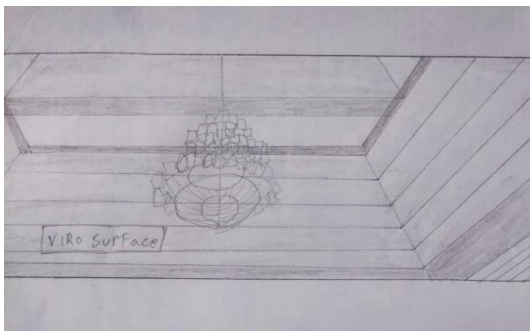
Gambar 3 /Scene 2/ INT/ Day/ Medium Shot /Menampilkan video footage macrame



Gambar 4/Scene 3/INT/Day/Medium shot/
Menampilkan video orang yang sedang
meracik biji plastik



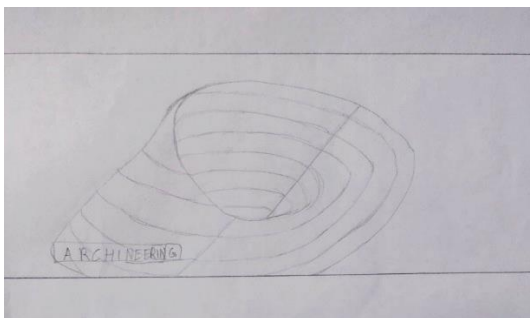
Gambar 5 /Scene 4/ Menampilkan foto
produk *Virothatch* dan *Vioreed* yang sudah
jadi



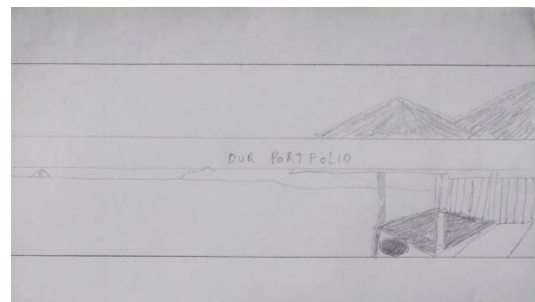
Gambar 6 /Scene 5/ Menampilkan foto produk
Virosurface yang sudah jadi



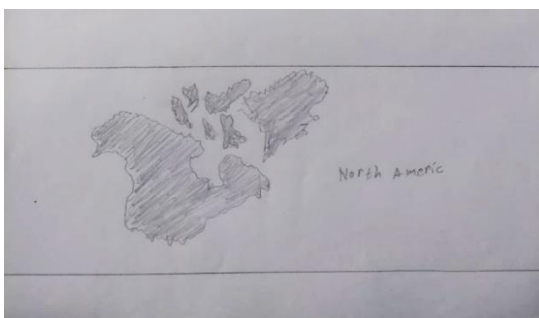
Gambar 7 /Scene 6/ Menampilkan foto
produk *Viroumbrella* yang sudah jadi



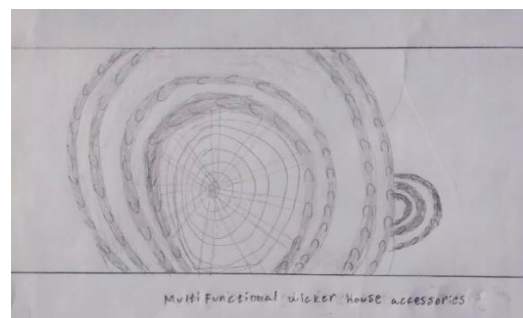
Gambar 8 /Scene 7/ Menampilkan foto produk
Archineering yang sudah jadi



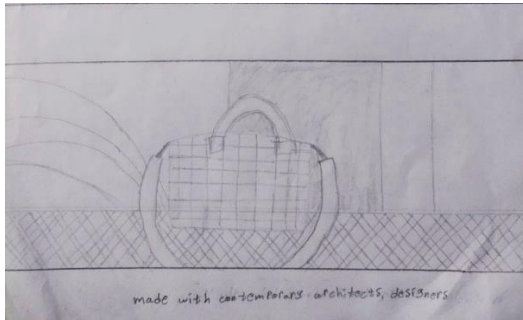
Gambar 9 /Scene 8/ Menampilkan video
our portfolio



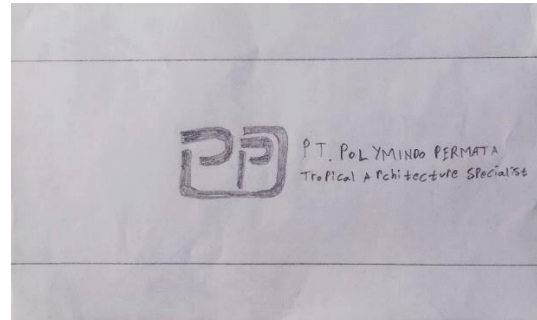
Gambar 10 /Scene 9/ Menampilkan video *our
partners & representatives*



Gambar 11 /Scene 10/ INT/Day/Close Up/
Menampilkan video *footage* produk
viroforms yang sudah jadi di *gallery Plaza
Indonesia*



Gambar 12 /Scene 11/ INT / Day/ Close Up / Menampilkan video footage tas varyan yang sudah jadi di gallery Plaza Indonesia



Gambar 13 /Scene 12/ Menampilkan closing bumper logo, website, dan sosial media

5. Script Writing

Script Writing merupakan sebuah gagasan cerita yang detail atau rinci sehingga menjadi sebuah konsep yang menarik, untuk membantu proses *editing*. Berikut adalah *script writing* dari perancangan video *company profile* PT. Polymindo Permata:

Tabel 3. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo	<i>Music</i>
2.	Menampilkan video footage macrame	<i>PT// Polymindo Permata is the prime producer of environmentally friendly all-weather wicker and thatch/ it was founded by Junus Sumardi in one thousand nine hundred and eighty five and launched as a brand named Viro //</i>
3.	Menampilkan video orang yang sedang meracik biji plastik	<i>All manufacturing process from our science laboratory/ we all mix and blend expertise with technology//</i>
4.	Menampilkan foto produk <i>Virothatch</i> dan <i>Vioreed</i> yang sudah jadi	<i>Viro has several products including// Virothatch/ Vioreed//</i>
5.	Menampilkan foto produk <i>Virosurface</i> yang sudah jadi	<i>Virosurface//</i>
6.	Menampilkan foto produk <i>Viroumbrella</i> yang sudah jadi	<i>Viroumbrella//</i>
7.	Menampilkan foto produk <i>Archineering</i> yang sudah jadi	<i>Archineering//</i>
8.	Menampilkan video <i>our portofolio</i>	<i>Our Portofolio</i>
9.	Menampilkan video <i>our partners & representatives</i>	<i>We have partners and representatives in north Americ/ south America/ Asia/ Australia/ soon Africa//</i>
10.	Menampilkan video footage produk <i>viroforms</i> yang sudah jadi di gallery Plaza Indonesia	<i>Multifunctional wicker/ house accessories Made of High quality Material eco-friendly Non-toxic and safe for food contact//</i>
11.	Menampilkan video footage tas varyan yang sudah jadi di gallery	<i>Made with contemporary architects/ designers and artists/ influencing bag</i>

	Plaza Indonesia	<i>design our ropes/ genderless/ youthful and durable//</i>
12.	Menampilkan <i>closing bumper</i> logo, <i>website</i> , dan sosial media	<i>Music</i>

6. *Rundown*

Rundown dengan menyusun hasil *shooting* yang di urutkan sesuai *scene*, lokasi, dan durasi waktu, sehingga memudahkan dalam proses produksi. Adapun *rundown* dari video *company profile* PT. Polymindo Permata:

Tabel 4. *Rundown*

No.	Scene	Location	Int /Ext	Duration	Description
1.	2	Lt 3 PT Polymindo Permata	Int	00:05:02-00:10:00	Menampilkan video <i>footage</i> macrame
2.	3	Tempat produksi PT Polymindo Permata	Int	00:29:12-00:32:24	Menampilkan video orang yang sedang meracik biji plastik
3.	10	Tempat <i>Stand</i> produk PT Polymindo Permata, di Plaza Indonesia	Int	02:20:15-02:25:05	Menampilkan video <i>footage</i> produk <i>viroforms</i> yang sudah jadi di <i>gallery</i> Plaza Indonesia
4.	11	Tempat <i>Stand</i> produk PT Polymindo Permata, di Plaza Indonesia	Int	02:34:14-02:39:13	Menampilkan video <i>footage</i> tas <i>varyan</i> yang sudah jadi di <i>gallery</i> Plaza Indonesia

7. Penyusunan *Crew*

Sebelum proses produksi dengan menentukan *crew* yang terlibat dalam proses produksi yaitu, sutradara, *cameramen*, asisten kameramen, *lighting*, *editor*, *script writing*, pengisi suara dan pemain. Adapun susunan *crew* yang terlibat sebagai berikut :

Tabel 5. Susunan *Crew*

No	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Mistano
2.	<i>Cameramen</i>	Mistano
3.	<i>Asisten Cameramen</i>	Rizki Ramadhan
4.	<i>Lighting</i>	Zaenudin
5.	Editor	Mistano
6.	<i>Script Writing</i>	Mistano
7.	<i>Dubber</i>	Amellia Putri
8.	Pemain	Karyawan perusahaan

8. *Time Schedule*

Time schedule dengan menyusun dan merencanakan waktu proses produksi, agar *jobdesk* berjalan sesuai yang direncanakan sebelum pembuatan video PT. Polymindo Permata. Berikut adalah *time schedule* yang diusulkan:

Tabel 6. *Time Schedule*

Tahapan	Feb 2022	Mar 2022				Apr 2022				Mei 2022				Jun 2022				Jul 2022				Ags 2022				
	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			■																						
	Narasi				■																					
	Storyboard					■																				
	Script Writing					■																				
	Rundown					■																				
	Penyusunan Crew					■																				
	Time Schedule					■																				
	Anggaran/Budget					■																				
	Setting alat						■																			
	Production	Perencanaan Multimedia					■																			
Perencanaan Audio						■																				
Perencanaan Visual							■	■																		
Perencanaan Broadcasting								■																		
Digitizing									■	■																
Post Production	Editing								■	■	■	■	■	■	■	■										
	Mixing													■	■	■	■	■	■							
	Finishing																			■	■	■	■			
	Exporting																					■	■			
	Segmen Pasar																						■	■		

9. *Budget Produksi Media*

Anggaran atau *budget* dalam produksi adalah biaya pengeluaran sepanjang proses pembuatan suatu proyek. Adapun *budget* produksi video *company profile* PT. Polymindo Permata:

Tabel 7. *Budget Produksi Media*

No	Alat Produksi	Qty	Hari	Ket.	Biaya Produksi	Total Produksi
1.	Survey Lokasi	-	3	-	100.000	300.000
2.	Camera Mirrorless Sony A6000	2	3	Sewa	350.000	1.050.000
3.	Tripod	1	3	Milik Pribadi	-	-
4.	INBEX Clip On Microphone	1	-	Milik Pribadi	-	-
5.	Memory Sandisk Ultra 64 GB	1	3	Sewa	50.000	150.000
6.	Hardisk Eksternal 1TB Toshiba	1	-	Milik Pribadi	-	-
7.	Laptop HP Pavilion	1		Milik Pribadi	-	-
8.	Lighting LED	1		Milik Pribadi	-	-
9.	Gimbal Moza	1	3	Sewa	150.000	450.000
10.	Lensa 7 Artisan 25 mm	1	3	Sewa	100.000	300.000

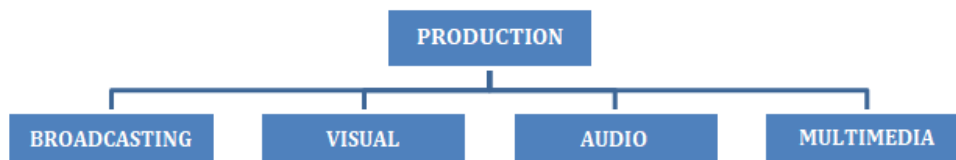
11.	Dubber	1		Sewa	200.000	200.000
12.	Transportasi Produksi	1	3	-	100.000	300.000
13.	Konsumsi	3	3	Beli	200.000	600.000
14.	DVD, label, casing	3	-	Beli	20.000	60.000
15.	Internet Indosat	1	7 bln	Beli	150.000	1.050.000
16.	Software Adobe After Effect CC 2020	-	-	Free download	-	-
17.	Software Adobe Premiere Pro CC 2020	-	-	Free download	-	-
18.	Software Adobe Photoshop CC 2020	-	-	Free download	-	-
Jumlah						4.460.000

10. Peralatan

Pembuatan *video company profile*, membutuhkan alat penunjang seperti *Camera Mirrorless Sony A6000, Tripod, INBEX Clip on Microphone, Memory Sandisk Ultra 64 GB, Hardisk Eksternal 1TB Toshiba, Laptop HP Pavilion, Lighting LED, Gimbal Moza, DVD, dan Lensa 7 Artisan 25 mm.*

3.2. Produksi

Produksi video, melalui kerjasama *crew* dan pemain sesuai *jobdesk*, agar pembuatan film dapat berjalan sesuai jadwal.



Gambar 14. *Production*

1. Perencanaan *Multimedia*

Perencanaan *multimedia* dengan memadukan beberapa unsur teks, suara, visual dan lainnya, agar video yang dihasilkan menjadi lebih menarik. Profil perusahaan ini dikembangkan untuk membangkitkan minat calon klien, pelanggan dan masyarakat luas, serta sebagai media promosi PT. Permata Polymindo, Kota Tangerang. Karena itulah diperlukan *voice over* dan *music*, agar video yang ditampilkan lebih menarik dan informatif.

2. Perancangan *Audio*

Dalam merancang *video company profile*, unsur *audio* berperan inti agar dapat menyampaikan informasi perusahaan secara lengkap, karena jika tidak ada *audio*, informasi dalam *video company profile* menjadi kurang tersampaikan baik dan efektif, serta *audience* yang melihat cepat merasa bosan. *Background* yang digunakan dalam video promosi pada PT Polymindo Permata Kota Tangerang yaitu “*SoundHills – Change The World*” yang bersumber dari *Youtube*, selain itu dilengkapi dengan *Voice over* yang menjelaskan informasi mengenai perusahaan.

3. Perancangan *Visual*

Perancangan *visual* merupakan proses merencanakan gambar, teks, *music* dan efek visual untuk membuat video profil yang menarik secara visual yang diharapkan akan menghasilkan *video company profile* PT. Polymindo Permata, untuk meningkatkan penjualan produk dan dikenal masyarakat. Tahap ini menampilkan visual seperti, profil, jenis produk, fasilitas,

proses produksi, relasi perusahaan, portofolio, kelebihan dari produk *viro* pt polymindo permata kota Tangerang.

4. Perancangan *Broadcasting*

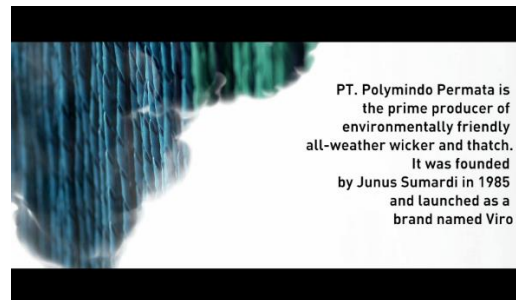
Perencanaan *Broadcasting* merupakan langkah terakhir dalam proses produksi yang sangat dibutuhkan untuk mencapai target calon *customer*, klien dan masyarakat sehingga PT. Polymindo Permata bisa mencapai target yang diinginkan. strategi *broadcasting* dengan implementasi video melalui *youtube*, *website* dan *instagram* perusahaan, serta dipresentasikan.

Program Visual

Video *company profile* PT. Polymindo Permata ini, menggunakan aplikasi *Adobe Premiere CC 2020*, *Adobe Photoshop CC 2020* dan *Adobe After effect CC 2020*, yang mampu memberikan tampilan *special effect* pada pembuatan video secara visual.



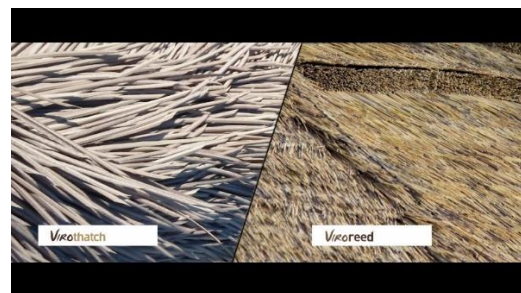
Gambar 15 /Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo



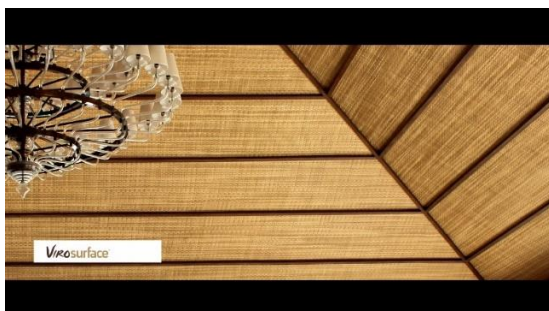
Gambar 16 /Scene 2/ INT/ Day/ Medium Shot / Menampilkan video footage macrame



Gambar 17/Scene 3/ INT / Day/ Medium shot / Menampilkan video orang yang sedang meracik biji plastik



Gambar 18 /Scene 4/ Menampilkan foto produk *Virothatch* dan *Viroreed* yang sudah jadi



Gambar 19/Scene 5/ Menampilkan foto produk *Virosurface* yang sudah jadi



Gambar 20 /Scene 6/ Menampilkan foto produk *Viroumbrella* yang sudah jadi



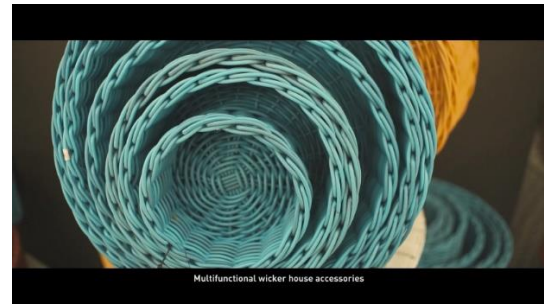
Gambar 21 /Scene 7/ Menampilkan foto produk Archineering yang sudah jadi



Gambar 22 /Scene 8/ Menampilkan video *our portofolio*



Gambar 23 /Scene 9/ Menampilkan video *our partners & representatives*



Gambar 24 /Scene 10/ INT / Day/ Close Up / Menampilkan video *footage* produk viroforms yang sudah jadi di gallery Plaza Indonesia



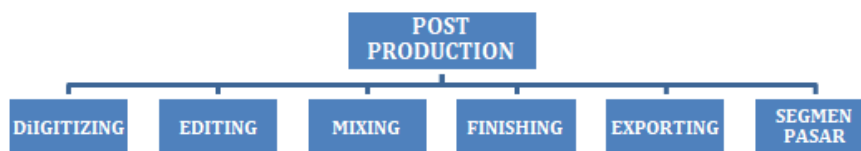
Gambar 25 /Scene 11/ INT / Day/ Close Up / Menampilkan video *footage* tas varyan yang sudah jadi di gallery Plaza Indonesia



Gambar 26 /Scene 12/ Menampilkan *closing bumper* logo, *website*, dan *sosial media*

3.3. Pasca Produksi

Pasca Produksi ialah tahap terakhir produksi media. Semua gambar yang dirancang dalam *storyboard*, dilanjutkan dengan pengambilan gambar dan di *edit*, sehingga video tersebut dapat menyampaikan pesan ke *audience*.



Gambar 27. *Post Production*

1. *Digitizing*
Digitizing dengan transfer hasil pengambilan gambar dari kamera ke dalam perangkat *laptop* lalu selanjutnya di *edit* ke dalam *Adobe After Effect CC 2020* dan *Adobe Premiere Pro CC 2020*.
2. *Editing*
Tahapan *Editing* merupakan proses pemilihan, pemotongan, dan penggabungan video, dimana proses *editing* ini, gagasan dan *storyboard* yang sudah dibuat di tuangkan kedalam *software editing Adobe After Effect CC 2020* dan *Adobe Premiere Pro CC 2020*.
3. *Mixing*
Mixing merupakan proses untuk penggabungan video, gambar, teks, *backsound*, *dubbing*, digabungkan menjadi satu kesatuan sesuai dengan konsep yang direncanakan.
4. *Finishing*
Finishing merupakan tahap pengecekan video kembali, bisa dibidang *finishing* merupakan tahap akhir. Dimana dipastikan tidak ada lagi file *video*, gambar, *audio*, dan file *visual* yang tertinggal dan semuanya berjalan dengan arah yang benar sesuai dengan susunan *script writing*.
5. *Exporting*
Exporting pada tahap ini video yang sudah sesuai dengan *script writing* diekspor melalui *software Adobe Premiere Pro CC 2020* kualitas resolusi *1920x1080 pixel*.
6. Segmen Pasar
Segmen pasar dari media video profil perusahaan ini sebagai sarana promosi pada PT. Polymindo Permata agar dapat menjangkau sasaran lebih luas lagi, yang membutuhkan produk *furniture* dan bangunan tropis. Dengan adanya video *company profile*, perusahaan dapat terbantu dalam menyampaikan identitas perusahaan, sehingga produk yang dihasilkan dapat lebih diminati pasar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang dicoba mengenai video PT tentang profil perusahaan. Polymindo Permata Kota Tangerang merumuskan permasalahan tersebut memiliki beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut: Hambatan bagi perusahaan dalam mempromosikan dan mengkomunikasikan produk, sampai saat ini PT. Polymindo Permata masih menggunakan media brosur, majalah, *company profile* dan *youtube*, *website*, serta media sosial yaitu *instagram* dengan konsep desain grafis, foto dan video berupa promosi singkat dan masih belum memiliki video profil perusahaan. Maka diperlukan video *company profile* yang dapat memberikan gambaran menyeluruh dan terkini tentang informasi penting tentang ruang lingkup perusahaan secara lengkap dan *update*. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Polymindo Permata Kota Tangerang untuk menjangkau calon konsumen, pelanggan dan masyarakat terhadap produk *viro*, *viroforms* dan *varyan* melalui penerapan berbagai strategi promosi video *company profile* yang dilakukan melalui *website* perusahaan, *YouTube* dan *Instagram* untuk lebih mengenal dan membangkitkan minat dari pelanggan, relasi terhadap produk Perusahaan. Dengan media yang dihasilkan, mampu membantu marketing dalam memasarkan produk *viro*, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk *viro*, *viroforms*, dan *varyan* setiap tahunnya.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada PT. Polymindo Permata Kota Tangerang, adapun beberapa saran yang dapat diberikan yaitu, melalui video *company profile* ini, agar perusahaan

selalu memberikan informasi terkini dan memperbaharui materi promosi minimal dua tahun sekali sesuai dengan kemajuan perusahaan, serta dapat memperluas jangkauan strategi pemasaran produk dengan menginformasikan video ini, melalui *website*, *youtube* dan *instagram* perusahaan, yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan relasi yang bekerjasama dan lebih dikenal lebih luas, serta terus mengembangkan media promosi dengan konsep inovatif, *fresh* dan menarik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Riki, Kremer Hendri, Suratman, Ciptoputra, Vincentius Ade Arianto Ciptoputra & Hazriyanto. 2023. "*Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk*", Riau: Universitas Karimun, Jurnal Cafeteria, ISSN: 2721-0553 Vol. 4, No: 1: 98-105
- [2] Dinar, Naura Alma, 2023, "*Strategi Marketing Mix Kegiatan Promosi pada Instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro Semarang.*" Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol. 9, No. 4: 38-51.
- [3] Putri, Anisa Nabila, Dodi Siregar dan Mufida Khairani, 2023, "*Pembuatan Video Company Profile Fakultas Teknik dan Komputer Universitas Harapan Medan Menggunakan Metode Chroma Key.*" *Journal of Information and Technology*, Vol.3, No. 1: 24-30.
- [4] Hidayat, Slamet, dan Joko Suwarno, 2023, "*Media Berbentuk Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi.*" *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, Vol. 1, No. 1: 29-38.
- [5] Nugroho, Muhammad Taufiq, dan Hendra Kurniawan, 2022, "*Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi.*" *Respati*, Vol.17, No. 2: 71-78.
- [6] Zanitra, Rahmatul Laila, and Juni Nurma Sari, 2022, "*Pembuatan Video Animasi 3D Company Profile Kampus Politeknik Caltex Riau Menggunakan Teknik Low Poly.*" *Jurnal Infomedia: Teknik Informatika, Multimedia & Jaringan*, Vol. 7, No. 2: 95-100.
- [7] Agustina, Wiji Luluk, 2023, "*Penciptaan Video Company Profile Triplehouse sebagai Media Promosi.*" *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*. Vol. 2, No. 1: 50-62.
- [8] Elfaladonna, Febie, M. Arief Rahman, Yulia Hapsari, dan Alem Pameli, 2023 "*Sosialisasi Pemanfaatan Media Website Canva Untuk Membuat Video Profile Bank Sampah Sakura Palembang.*" *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.1, No.12: 1589-1593.