

Media Video Profile sebagai Sarana Promosi PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang

Karunia Suci Lestari ¹, Rifky Mardistira ^{*2}, Aang Hidayat ³, Deden Roni Nurjaman ⁴

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

Email: ¹ suci@raharja.info, ^{*2} rifky.mardistira@raharja.info,

³ aang.hidayat@raharja.info, ⁴ deden.roni@raharja.info

Abstrak

Bisnis keliling menggunakan mobil pribadi saat ini sedang menjadi sebuah trend kustomisasi Bisnis sebagai pembeda layanan mereka dengan bisnis lain, hal tersebut membuat banyak permintaan dalam memodifikasi kendaraan bermotor. Permintaan tersebut membuat usaha karoseri menjadi target pelanggan baru PT. Prakarsa Putra yang bergerak dalam bidang karoseri dalam memodifikasi kendaraan bermotor. Sejauh ini perusahaan hanya mengandalkan Google Map, Instagram, Website yang kurang aktif dan Media Cetak brosur, kartu nama serta hasil portofolio produk yang telah dikerjakan PT. Prakarsa Putra sehingga masih banyak yang belum mengetahui perusahaan ini. Untuk menarik minat klien atau pelanggan baru mengenal jasa dan produk perusahaan, maka dibutuhkan sebuah media periklanan berupa video profil perusahaan sebagai media penyampaian informasi yang berisi profil perusahaan, fasilitas pendukung, manfaat produk, proses pembuatan produk, produk yang diproduksi, hubungan perusahaan, dll. Metode yang digunakan antara lain pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2020, Adobe Photoshop CC 2020, Adobe After Effect CC 2020, dan konsep produksi media (KPM) yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Video tersebut akan diposting di YouTube dan Instagram perusahaan. Penulis berharap video ini dapat menjadi sarana edukasi dan promosi yang dapat membantu PT. Prakarsa Putra dikenal masyarakat luas dan meningkatkan basis pelanggannya setiap tahunnya.

Kata Kunci – Video Company Profile, Karoseri, Modifikasi Kendaraan Bermotor

Abstract

Mobile businesses using private cars are currently becoming a trend in business customization as a differentiator of their services from other businesses, which makes a lot of demand for modifying motorized vehicles. This demand makes the body body business a new target customer of PT. Prakarsa Putra, which is engaged in body building and modifying motor vehicles. So far, the company only relies on Google Maps, Instagram, less active websites, print media brochures, business cards, and product portfolio results that have been worked on by PT. Prakarsa Putra, so there are still many who do not know this company. To attract new clients or customers to know the company's services and products, an advertising medium in the form of a company profile video is needed as a medium for delivering information containing company profiles, supporting facilities, product benefits, product manufacturing processes, manufactured products, company relations, etc. The methods used include data collection, SWOT analysis, media design using Adobe Premiere Pro CC 2020, Adobe Photoshop CC 2020, Adobe After Effects CC 2020, and media production (KPM) concepts, namely pre-production, production, and post-production. The video will be posted on the company's YouTube and Instagram accounts. The author hopes that this video can become an educational and promotional tool that can help PT. Prakarsa Putra is widely known to the public and increases its customer base every year.

Keyword – Video Company Profile, Karoseri, Motor Vehicle Modification

1. PENDAHULUAN

Industri karoseri melibatkan proses perakitan kendaraan bermotor yang lebih kompleks, seperti mengubah bagian pengangkutan muatan agar dapat digunakan untuk tujuan yang berbeda dari sebelumnya. Salah satu tugas utama industri karoseri di Indonesia adalah mengubah kendaraan roda empat dari bentuk aslinya menjadi jenis yang serbaguna ^[1]. Salah satu *coachbuilder* yang saat ini mengalami kemajuan besar dalam konversi kendaraan listrik adalah PT. Prakarsa Putra. Karoseri adalah bagian dari mobil yang terdiri dari kaca-kaca, pintu, engsel, tempat duduk, tempat pemasangan tanda nomor, tempat keluar darurat (untuk mobil bus), tangga (untuk mobil bus), dan perisai kolong (untuk mobil barang). ^[2]

Perusahaan karoseri ini bernama PT. Prakarsa Putra berdiri sejak 14 Januari 2014, yang berlokasi di Jl. Gelam Panggodokan No.59, Gelam Jaya, Kec. Ps. Kemis, Kabupaten Tangerang, Banten. Produk yang dihasilkan dari perusahaan ini berupa *fire jeep*, *fire truck*, *airport fire fighting*, *fire rescue truck*, *ladder truck*, *truck skylift*, mobil derek, mobil pelayanan, mobil laboratorium, dan kendaraan bermotor lainnya. Fasilitas yang dimiliki diantaranya pemotong besi (*shearing machine*), penekuk material (*bending machine*), dan mesin las. Jasa yang ditawarkan yaitu merombak atau mendesain ulang kendaraan bermotor sesuai keinginan klien. Sejauh ini perusahaan hanya mengandalkan *Google Map*, *Instagram*, *Website* yang kurang aktif dan Media Cetak brosur, kartu nama serta hasil portofolio produk yang telah dikerjakan PT. Prakarsa Putra sehingga masih banyak yang belum mengetahui perusahaan ini. Media distribusi ini kurang menarik dan tidak efektif, sehingga mengurangi visibilitas bisnis di wilayah tersebut dibandingkan dengan pesaing regional yang menggunakan media periklanan yang lebih menarik. Untuk dapat meningkatkan jumlah peminat kendaraan bermotor, perusahaan ini perlu merancang media yang *up to date*, informatif, dan menarik. Media video *company profile* menjadi opsi media yang mencakup keseluruhan informasi dan promosi terkait ruang lingkup perusahaan.

Berdasarkan data dari hasil wawancara dengan *stakeholder*, bahwa pada tahun 2020, banyaknya klien yang sudah bekerjasama dengan PT. Prakarsa Putra sebanyak 31 klien dengan penjualan bermotor sebanyak 110 unit dan pada tahun 2021, Sejak pandemi penyakit virus *corona (Covid-19)*, perusahaan semakin jarang berkolaborasi dengan PT. Prakarsa Putra memiliki 19 pelanggan dan hanya menjual 58 mobil, namun perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan mobil ketika situasi mulai membaik. Artinya pada tahun 2022 akan digandeng sebanyak 107 unit dengan tambahan 25 pelanggan. Kami membutuhkan produk yang diproduksi sendiri.

Video *company profile* perusahaan ini akan disajikan langsung kepada pelanggan dan dipublikasikan di berbagai media sosial, termasuk *YouTube*, *TikTok*, serta *Instagram* dan *Facebook* perusahaan. PT. Prakarsa Putra dalam memperkenalkan ruang lingkup perusahaan dan Meningkatkan daya tarik produk komersial kepada konsumen, relasi, dan masyarakat. Membuat konsep video kreatif memerlukan efek suara, efek visual, dan efek visual agar Anda dapat menyampaikan informasi dan promosi dengan lebih baik dan menarik. Untuk membantu kegiatan promosi perusahaan melalui strategi pemasaran media video yang dipublikasikan pada *YouTube*, *TikTok* dan *Instagram* perusahaan, sehingga mudah diakses semua pihak. Dengan cara ini, Anda dapat mendukung inisiatif informasi dan periklanan melalui konsep media video yang kreatif dan meningkatkan minat calon konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat terhadap produk-produk PT. Prakarsa Putra dan meningkatkan minat pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum terhadap produknya

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Pengumpulan Data yaitu Observasi, Wawancara, Studi pustaka, (2) Metode Analisis *SWOT* adalah metode analisis penilaian lembaga dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, (3) Perancangan media menggunakan *software* seperti *Adobe After Effect CC*

2020, Adobe Premiere CC 2020 dan Adobe Photoshop CC 2020 dan (4) Konsep Produksi Media: pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Tabel 1. Tabel SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)
	<ol style="list-style-type: none"> Sudah menjadi mitra bisnis para pengusaha, instansi pemerintah dan perusahaan swasta. Menggunakan bahan baku karoseri dengan kualitas terbaik. Memiliki karyawan yang berpengalaman dalam bidang Karoseri. Video dapat di replay untuk melihat bagian-bagian tertentu untuk melihat gambaran yang lebih terarah. Media video dapat menyampaikan informasi secara lengkap dan menyampaikan beberapa informasi. 	<ol style="list-style-type: none"> Perusahaan belum memiliki media <i>video company profile</i>. Persediaan bahan baku produksi yang terbatas. Jalanan yang rusak menjadi hambatan keluar masuknya kendaraan. Sangat membutuhkan software dan hardware untuk mendukung produksi pembuatan <i>video company profile</i>. Dalam memproduksi media video membutuhkan banyak biaya.
Faktor Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
Peluang (Opportunities - O)	<ol style="list-style-type: none"> Membantu kebutuhan keperluan karoseri pada instansi pemerintah dan perusahaan. Menyediakan bahan baku karoseri dengan kualitas super. Meningkatkan kepercayaan klien dan relasi dengan meningkatkan layanan perusahaan dengan lebih maksimal. Merancang media <i>video company profile</i> untuk menampilkan profil, fasilitas alat, keunggulan, proses, hasil produk, dan jasa. Menghasilkan media video yang dapat dipublikasikan ke berbagai media sosial sebagai penunjang promosi. 	<ol style="list-style-type: none"> Membuat <i>video company profile</i> sebagai identitas perusahaan agar dapat dikenal oleh perusahaan sekitar. Selalu melakukan pengecekan persediaan bahan baku dalam jangka waktu tertentu. Memperbaiki jalanan yang rusak agar mudah di akses. Menggunakan <i>software</i> dan hardware yang mendukung produksi pembuatan <i>video company profile</i>. Menyusun anggaran produksi sebelum membuat media <i>video company profile</i>.
Ancaman (Threat - T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Banyaknya perusahaan pesaing yang bergerak di bidang karoseri. Pesaing juga menggunakan bahan baku pembuatan karoseri dengan kualitas yang baik. Adanya perusahaan pesaing yang memiliki layanan yang lebih profesional dan terarah. Beberapa pesaing perusahaan memiliki media <i>video company profile</i> yang lebih kreatif. Banyak perusahaan pesaing yang sudah menggunakan media sosial dan <i>website</i> dengan promosi yang lebih menarik. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan strategi promosi yang lebih kreatif dan inovatif agar mampu bersaing. Melakukan survei bahan baku apa yang diinginkan oleh klien. Memberikan penjelasan yang informatif dan meningkatkan pelayanan produk. Agar dapat menarik minat dalam produksi video menggabungkan <i>visual effect</i> dengan <i>background music</i>. Dalam menarik minat promosi <i>video company profile</i> yang akan ditampilkan di media sosial <i>YouTube</i>, dan <i>Instagram</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Mempresentasikan dengan menampilkan <i>video company profile</i> perusahaan untuk menarik minat klien Untuk memenuhi keinginan klien perusahaan harus melakukan kontrol terhadap ketersediaan bahan baku. Agar dapat lebih berkembang perusahaan harus meningkatkan akses jalan, fasilitas, pelayanan, hasil produk dan jasa yang lebih bervariasi. Melalui media <i>video company profile</i> menjelaskan kepada klien mengenai layanan produk. Menjadikan media <i>video company profile</i> sebagai sarana untuk meningkatkan target pemasaran produk

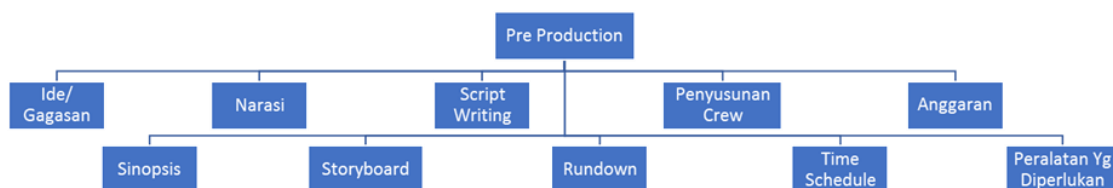
2.2. Literature Review

1. Kusuma, dkk (2020) “*Pendampingan dan Pembuatan Video Profile Untuk Promosi Wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan*”, Tujuan penelitian untuk daya tarik pariwisata terhadap masyarakat atau wisatawan pada wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan.^[3]
2. Desrianti, dkk (2019) “*Video Profile sebagai Media Penunjang Promosi pada SDK Penabur Gading Serpong*”, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan periklanan kepada lingkungan SDK Penabur Gading Serpong Tangerang secara efektif dan efisien..^[4]
3. Sunarya, dkk (2021) “*Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang*”, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat konsep video profil yang menarik dengan menampilkan informasi yang lengkap dan jelas serta kandungan audio visual dan efek visual, sehingga tercipta gambaran yang jelas memberikan informasi. Memberikan informasi tentang pelatihan di Balai Pelatihan Kejuruan Pelayanan Ketenagakerjaan Kota Tangerang kepada masyarakat luas.^[5]
4. Roza, dkk, (2019) “*Video Profile Promosi dan Informasi Pada SMK Ariya Metta.*” Tujuan dari penelitian ini yaitu mempromosikan SMK Ariya Metta agar masyarakat bisa mengetahui SMK Ariya Metta dan juga mendapatkan pencapaian yang tinggi pada penerimaan siswa dan siswi baru di SMK Ariya Metta.^[6]
5. Wibowo dan Jerremy Alexander (2021) “*Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile PT. Batam Indonesia Gemilang*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membantu usaha PT. Batam Indonesia Gemilang.^[7]
6. Joy and Manjunath (2019). “*An Overview of Traditional and Recent Trends in Video Processing*”. Tujuan dari penelitian ini untuk memperkenalkan pemrosesan video berbasis jaringan.^[8]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra produksi

Pra-produksi adalah langkah pertama dalam konsep produksi media. Tahapan awal ada 10 tahap, dimulai dari penjelasan konseptual secara sistematis, dilanjutkan sinopsis, cerita, *storyboard*, penulisan naskah, sinopsis, *team building*, dan pembuatan jadwal. Dua *fase* terakhir adalah penyiapan anggaran dan alat.^[9]



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Dalam proses praproduksi, ide atau gagasan adalah rencana awal. Penelitian ini memerlukan konsep untuk membuat profil perusahaan PT. Prakarsa Putra di media video sebagai sarana informasi dan periklanan. Profil perusahaan, informasi tentang perusahaan, peralatan, proses pembuatan produk, produk yang diproduksi, dan layanan yang ditawarkan disertakan dalam video tersebut. Selain itu, kami memiliki tujuan untuk menggunakan ide video dan *audio-visual* untuk meningkatkan minat pelanggan kami, meningkatkan hubungan bisnis kami, dan mendorong perusahaan swasta untuk bekerjasama dengan kami. Setiap tahun, kami mencatat peningkatan kecil dalam penjualan produk kami dibandingkan tahun sebelumnya.

2. Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan atau sinopsis skenario yang menggambarkan konten (spesifik atau abstrak) dari sebuah film, buku, atau pertunjukan, sinopsis umumnya digunakan sebagai *prolog* sebuah skenario, sengaja dibuat untuk membantu penonton mengetahui isinya dan mudah memahaminya tentang naskah itu sendiri ^[10]. Berikut ini adalah sinopsis atau ringkasan cerita *video company profile* pada PT. Prakarsa Putra:

“PT. Prakarsa Putra merupakan perusahaan dalam bidang Karoseri yang berdiri sejak tahun 2010, berlokasi di Jalan Jl. Gelam Panggodokan No.59, Gelam Jaya, Kec. Ps. Kemis, Kabupaten Tangerang. Memiliki visi dan misi menjadi perusahaan karoseri terbaik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan produksi PT. Prakarsa Putra memiliki fasilitas alat yang lengkap dengan bahan baku yang terbaik, memiliki team unggulan yang sudah terlatih. Proses produksi dimulai dari pemotongan bahan baku, penekukan, perapihan dan Proses finishing. Contoh produk karoseri yang sudah dihasilkan antara lain Fire Truck, Skylift, Mobil Lab dan lain sebagainya. Jasa yang ditawarkan berupa memodifikasi kendaraan bermotor sesuai keinginan klien”

3. Narasi

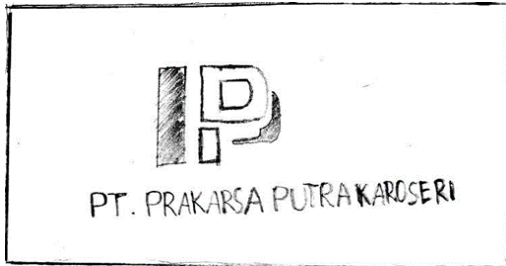
Narasi adalah suatu karangan atau gagasan cerita yang dimaksudkan untuk memudahkan proses sinkronisasi proses percampuran sesuai dengan alur yang terungkap pada saat suatu narasi perlu ditambah atau dihilangkan di bawah ini adalah penjelasan desainnya.

Media Video Company Profile Sebagai Sarana Promosi Pada PT. Prakarsa Putra:

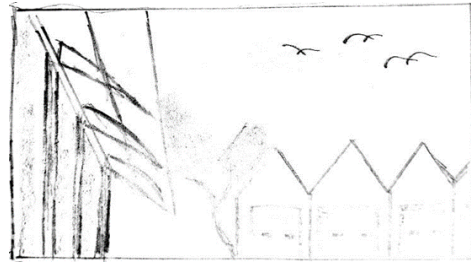
“Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbanyak di dunia// Berbagai industri termasuk industri kendaraan bermotor menawarkan peluang termasuk industri kendaraan bermotor menawarkan peluang bagi perusahaan swasta/ banyaknya permintaan-permintaan dalam dunia karoseri yang masuk dari masyarakat sekitar// Oleh karena itu PT// Prakarsa Putra hadir untuk memenuhi permintaan tersebut// PT// Prakarsa Putra yang berdiri sejak tahun dua ribu sepuluh berlokasi di Jalan// Gelam Panggodokan Nomer//lima puluh sembilan/ Gelam Jaya/ Kecamatan// Pasarkemis/ Kabupaten Tangerang// PT// Prakarsa Putra berkomitmen mengutamakan kepuasan konsumen di atas segalanya// Memiliki visi dan misi untuk menjadikan perusahaan karoseri terbaik dan memenuhi kebutuhan permintaan// Dengan bahan baku berkualitas produk yang dihasilkan juga berkualitas terbaik/ dan siap dioperasikan dalam berkendara// Untuk memenuhi kebutuhan produksi/ PT// Prakarsa Putra memiliki fasilitas alat pendukung/ diantaranya cutting machine/ bending machine dan alat pengelasan // Proses pembuatan dimulai dari tahap awal hingga tahap produk siap pakai// Dengan bantuan tenaga ahli menjadi penunjang dalam kecepatan produksi serta ketersediaan stok bahan/ menjadikan PT Prakarsa Putra untuk menjadi penjamin kualitas dan terus bekarya menciptakan berbagai produk baru// PT// Prakarsa Putra sudah bekekerja sama dengan beberapa instansi yang sudah melakukan kerja sama dan dipercaya dalam pembuatan kendaraan bermotor//”

4. Storyboard

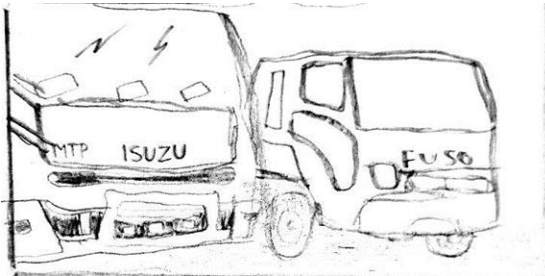
Storyboard merupakan kegiatan pra-menulis yang menitikberatkan pada elaborasi (deskripsi rinci), prediksi atau ekstrapolasi, pengembangan ide, dan pengurutan. ^[12] Berikut ini adalah *storyboard* dari *video company profile* pada PT. Prakarsa Putra.



Gambar 2. Scene 1/Menampilkan opening bumper



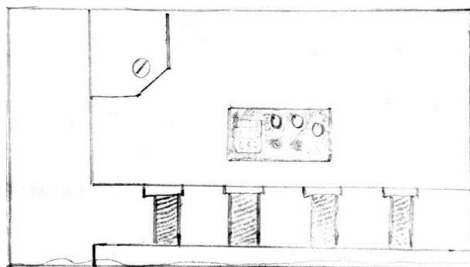
Gambar 3. Scene 2/ Ext/Day/Full Shot/Menampilkan suasana dalam ruang lingkup perusahaan



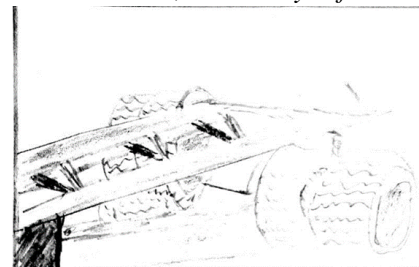
Gambar 4. Scene 3/ Ext/Day/Medium Shot/Menjelaskan Visi & Misi Perusahaan



Gambar 5. Scene 4/ Int/Day/Medium Shot/Menampilkan Truk Pemadam kebakaran, Mobil Sky Lift



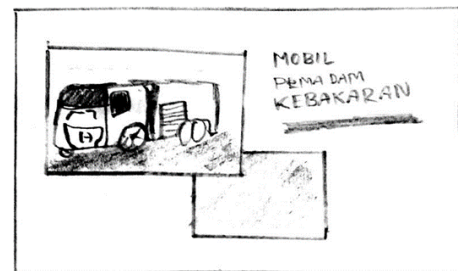
Gambar 6. Scene 5/ Ext/Day/Medium Shot/Menampilkan Fasilitas alat pendukung



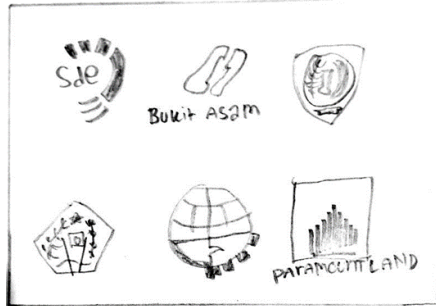
Gambar 7. Scene 6/ Ext/Day/Medium Shot/Menampilkan Tenaga Ahli



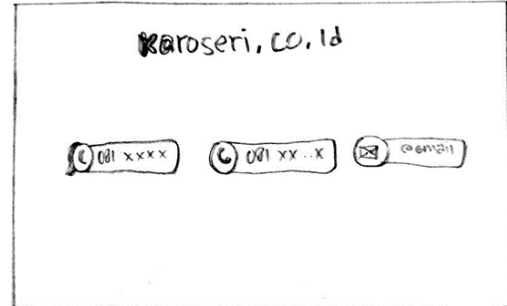
Gambar 8. Scene 7/ Int/Day/Medium Shot/Menampilkan Proses Produksi



Gambar 9. Scene 8/Menampilkan Hasil Produk



Gambar 10. Scene 9/Menampilkan Relasi Perusahaan



Gambar 11. Scene 10/Menampilkan Closing

5. Script Writing

Script Writing adalah rancangan teks yang merinci setiap adegan, memadatkan dan mengolah ide, serta mewujudkannya dengan konsep yang menarik. Dibawah ini adalah *script* penulisan desain *video company profile* PT. Prakarsa Putra :

Tabel 2. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo perusahaan PT. Prakarsa Putra	<i>Backsound</i>
2.	Menampilkan Suasana dalam ruang lingkup perusahaan	<i>PT// Prakarsa Putra berkomitmen mengutamakan kepuasan konsumen di atas segalanya//</i>
3.	Menjelaskan Visi & Misi Perusahaan	<i>Mempunyai visi dan misi untuk menjadikan perusahaan karoseri terbaik dan memenuhi kebutuhan permintaan//</i>
4.	Menampilkan Truk Pemadam Kebakaran, <i>Skylift</i>	<i>Dengan bahan baku berkualitas/ produk yang dihasilkan juga berkualitas terbaik/ dan siap dioperasikan dalam berkendara//</i>
5.	Menampilkan fasilitas alat pendukung	<i>Untuk memenuhi kebutuhan produksi/ PT// Prakarsa Putra memiliki fasilitas alat pendukung/ diantaranya cutting machine/ bending machine dan alat pengelasan //</i>
6.	Menampilkan Tenaga Ahli	<i>Dengan bantuan tenaga ahli menjadi penunjang dalam kecepatan produksi</i>
7.	Menampilkan Proses Produksi	<i>serta ketersediaan stok bahan/ menjadikan PT Prakarsa Putra untuk menjadi penjamin kualitas dan terus berkarya menciptakan berbagai produk baru//</i>
8.	Menampilkan Hasil Produk	<i>Backsound</i>
9.	Menampilkan Relasi Perusahaan	<i>PT// Prakarsa Putra sudah bekerja sama oleh beberapa instansi yang sudah melakukan kerjasama dan dipercaya dalam pembuatan kendaraan bermotor//</i>
10.	Menampilkan <i>closing bumper</i> (logo, alamat, kontak, <i>website</i> , dan media sosial	<i>Backsound</i>

6. *Rundown*

Rundown merupakan susunan cerita yang dibuat secara sistematis yang dibatasi oleh durasi waktu. Berikut ini adalah *rundown* dari perancangan media *video company profile* pada PT. Prakarsa Putra :

Tabel 3. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/ EXT	Description
1	1	Bagian Luar PT. Prakarsa Putra	00:59:00 - 01:06:00	EXT	Menampilkan Suasana dalam ruang lingkup perusahaan
2	2	Bagian Luar PT. Prakarsa Putra	01:07:00 - 01:14:00	EXT	Menjelaskan Visi & Misi Perusahaan
3	3	Ruang kerja	01:25:00 - 01:38:00	EXT	Menampilkan Fasilitas alat pendukung
4	4	Ruang kerja	01:45:00 - 01:52:00	EXT	Menampilkan Tenaga Ahli
5	5	Ruang kerja	01:15:00 - 01:24:00	INT	Menampilkan Truk Pemadam Kebakaran, <i>Skylift</i>
6	6	Ruang kerja	01:53:00 - 02:00:00	INT	Menampilkan Proses Produksi

7. *Crew Produksi*

Crew Produksi adalah Sekelompok orang yang terlibat dalam proses produksi sebuah film atau video memerlukan banyak staf seperti sutradara, juru kamera, asisten kamera, *editor*, penulis skenario, dan pengisi suara.

Tabel 4. *Crew*

No	Jabatan	Nama
1.	<i>Sutradara</i>	Rifky Mardistira
2.	<i>Camera Person</i>	Rifky Mardistira
3.	asisten kamera 1	Muhamad Agung Sutisna
5.	<i>Pilot drone</i>	Irfan Arizqo
6.	<i>Editor</i>	Rifky Mardistira
7.	<i>Script Writer</i>	Rifky Mardistira
8.	<i>Dubber</i>	Raihanka Haekal Fikri

8. *Time Schedule*

Berikut ini adalah jadwal pelaksanaan penelitian yang diusulkan dalam penelitian pada PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang:

Tabel 5. *Time Schedule*

Tahapan	Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	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 sangat diperlukan terutama untuk proses penelitian dan pembuatan video profil perusahaan PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang, rincian anggaran yang diperlukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. *Budget Produksi Media*

No	Kebutuhan Produksi	Ket	Hari	Qty	Biaya Produksi
1.	<i>Survey Lokasi</i>	-	5	-	Rp. 50.000 x 5 Hari = Rp. 250.000
2.	<i>Internet</i>	Beli	6 bulan	1	Rp.400.000 x 6 = 2.400.000
3.	<i>Camera Nikon d3500 dan Camera Canon Eos 700D lensa kit Nikon DX AF-5 Nikkor 18-55 dan Lensa Fix Yongnuo</i>	Sewa	3 hari	2	Rp. 300.000 x 2pcs = Rp. 600.000 x 3 hari = Rp. 1.800.000
4.	<i>SanDisk Memory Card 64gb</i>	Beli	3 hari	1	Rp. 120. 000
5.	<i>Flashdisk SanDisk 64gb</i>	Beli	1 hari	1	Rp. 60. 000
6.	<i>Laptop MSI gl62m 7rex</i>	Milik Pribadi	6 Bulan	1	-
7.	<i>Drone DJI mini 3 pro + Pilot</i>	Sewa	1 hari	1	Rp. 450.000
8.	<i>MIC Boya MMI+</i>	Beli	2 hari	2	Rp. 450. 000
9.	<i>Mouse MSI</i>	Milik Pribadi	6 bulan	1	-

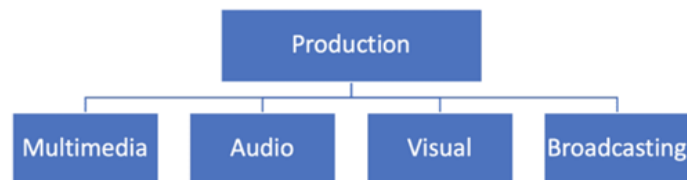
10.	Transportasi Motor dan bensin	Milik Pribadi	3 hari	2	Rp. 50.000 x 2 orang = Rp. 100.000 x 3 Hari = Rp. 300.000
11.	Konsumsi	Beli	3 hari	2	50.000 x 2 = Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 3 Hari = Rp. 200.000
12.	<i>Voice Over</i>	Sewa Jasa	2 hari	1	Rp. 100.000 x 2 hari = Rp. 200.000
13.	<i>Adobe After Effect CC 2020</i>	<i>Download</i>	6 bulan	1	-
14.	<i>Adobe Premiere Pro CC 2020</i>	<i>Download</i>	6 bulan	1	-
15.	<i>Adobe Photoshop CC 2020</i>	<i>Download</i>	6 bulan	1	-
Total					Rp. 6.230.000

10. Peralatan

Peralatan yang digunakan saat proses pembuatan video *company profile* berlangsung yaitu *Camera Nikon D3500, Camera Canon Eos 700D, Lensa Kit Nikon DX AF-5 NIKKOR 18-55mm D3500, Lensa Fix YONGNUO 50mm F1.8 Mark II, SanDisk Memory Card 64GB, Flashdisk SanDisk 64GB, Laptop MSI GL62m 7rex, Drone DJI Mini 3 Pro, MIC Boya MM1+, Mouse MSI.*

3.2. Produksi

Proses produksi ini melibatkan kerja sama dengan staf untuk mengambil gambar dan video untuk memfasilitasi proses pengambilan gambar [13]. *Video company profile* ini dibuat berdasarkan gambar audio visual dari sebuah perusahaan yang bergerak di bidang karoseri yaitu PT. Prakarsa Putra, Memerlukan ide-ide yang sangat kreatif untuk membuat desain gambar dan mengatur sudut kamera agar tidak membosankan. Proses produksi terdiri dari empat tahap: perencanaan multimedia, perencanaan audio, perencanaan visual, dan perencanaan siaran.



Gambar 12. *Production*

1. Perencanaan *Multimedia*

Perencanaan multimedia adalah media yang menggabungkan unsur-unsur informasi dalam berbagai format, seperti teks, grafik, animasi, video, dan suara, untuk mencapai tujuan penyampaian informasi tertentu. Tujuannya untuk menggugah minat pelanggan dan mitra usaha serta memungkinkan mereka untuk bekerjasama dengan pihak PT.

Prakarsa Putra Memberikan informasi mengenai inisiatif Putra dan video profil perusahaan kepada masyarakat luas.

2. Perencanaan *Audio*

Audio yang digunakan dalam bentuk *voice over* dan terdapat *backsound* pada video company profile PT. Prakarsa Putra. *Voice over* berisikan informasi mengenai Profil perusahaan, menjelaskan keunggulan produk yang ada pada perusahaan, menjelaskan proses pembuatan produk dan menjelaskan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. kemudian dilengkapi *backsound music "Epic Sci-Fi & Cinematic"*. yang menjadikan daya tarik *audience* bagi yang melihat dan mendengarnya.

3. Perencanaan *visual*

Visual dalam media video *company profile* yang di buat menampilkan gambaran visual seperti: Profil, fasilitas alat, keunggulan produk, proses pembuatan produk, produk yang dihasilkan dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Prakarsa Putra.

Program Visual

Program visual untuk merancang video profil perusahaan PT. Prakarsa Putra. Usaha ini menggunakan *software Adobe After Effect CC 2020 dan Adobe Premiere CC 2020*. Di bawah ini adalah visualisasi *video company profile* PT. Prakarsa Putra:



Gambar 13. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo PT. Prakarsa Putra*



Gambar 14. *Scene 2/ Ext/ Day/ Full Shot/ Menampilkan Suasana dalam ruang lingkup Perusahaan*



Gambar 15. *Scene 3/ Ext/ Day/ Medium Shot/ Menjelaskan Visi & Misi Perusahaan*



Gambar 16. *Scene 4/ Int/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan Truk Pemadam Kebakaran, Skylift*



Gambar 17. *Scene 5/ Ext/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan Fasilitas dan Alat pendukung*



Gambar 18. *Scene 6/ Ext/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan Tenaga Ahli*



Gambar 19. *Scene 7/ Int/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan proses produksi*



Gambar 20. *Scene 8/ Menampilkan Hasil produksi*



Gambar 21. *Scene 9/ Menampilkan Relasi Perusahaan*



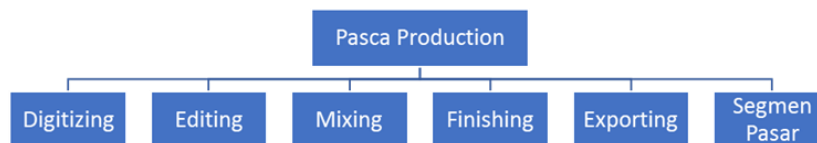
Gambar 22. *Scene 10/ Menampilkan closing bumper*

4. Perencanaan *Broadcasting*

Broadcasting adalah proses penyampaian suatu siaran, meliputi persiapan bahan produksi, proses produksi, persiapan dan penyiaran bahan siaran, serta penerimaan siaran secara local ^[14]. *Broadcasting* untuk mempromosikan produk PT. Prakarsa Putra. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial, termasuk *YouTube* dan *Instagram* perusahaan, dan menampilkan dirinya secara langsung kepada calon pelanggan melalui pemasaran.

3.3. Pascaproduksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dari setiap desain video profil perusahaan, dan pasca produksi memerlukan perangkat lunak pengeditan untuk menggabungkan hasil proses produksi. ^[15]



Gambar 23. *Post Production*

1. *Digitizing dan Editing*
Digitizing merupakan proses pemindahan bahan dari hasil proses *shooting* untuk ke proses selanjutnya yaitu proses *editing* ke beberapa *software*, yaitu: *Adobe Photoshop 2020*, *Adobe After Effect 2020*, dan *Adobe Premiere Pro 2020*.
2. *Mixing*
Pada tahap *mixing*, beberapa gambar, video, suara latar, dan narasi digabungkan dalam *software Adobe Premiere Pro 2020*.
3. *Finishing*
Tahap terakhir adalah memperbarui keseluruhan video yang terdiri dari beberapa gambar, video, audio, dan elemen visual untuk setiap adegan, disusun sesuai naskah.
4. *Exporting*
Fase terakhir sebelum memasuki suatu segmen pasar adalah fase ekspor. Tahap dimana hasil *editing* video dicocokkan dengan penulisan *script* dan di ekspor menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020*.
5. Segmen Pasar
Pada segmen pasar ini, Media Video Profil Perusahaan PT. Prakarsa Putra merupakan media informasi dan periklanan upaya memungkinkan liputan video seluruh wilayah Indonesia yang membutuhkan produk karoseri. Kami berharap Anda dapat memanfaatkan video pengenalan perusahaan ini untuk memberikan informasi saat mempromosikan produk perusahaan Anda. Hal ini meningkatkan kepercayaan calon pelanggan, hubungan korporat, berbagai distributor, dan masyarakat umum terhadap produk-produk yang diproduksi oleh PT. Prakarsa Putra.

4. KESIMPULAN

Studi yang dilakukan di PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang mencapai beberapa kesimpulan, seperti: kegiatan promosi dan media yang dilakukan oleh PT. Prakarsa Putra Salah satu upaya yang dilakukan adalah untuk mempromosikan *portofolio* foto produk perusahaan kepada calon pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas. Untuk melakukan ini, mereka menggunakan *Google Maps*, *Instagram*, *situs web*, dan media cetak seperti brosur dan kartu nama. Selain itu, mereka juga mendistribusikan *portofolio* foto produk perusahaan kepada calon klien, relasi, dan komunitas. Karena strategi distribusi medianya tidak menarik, informatif, atau efektif, perusahaan tidak memiliki visibilitas yang tinggi di wilayah ini. Oleh karena itu, profil perusahaan membutuhkan media video untuk menarik dan menggugah minat calon pelanggan, mitra usaha, dan masyarakat umum terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan menambahkan ide-ide kreatif ke dalam video profil perusahaan PT. Prakarsa Putra, dan dapat meningkatkan daya tarik di mata calon pelanggan, relasi, dan masyarakat umum. Ini dapat dilakukan dengan menambahkan efek audio dan visual berkualitas HD serta sulih suara yang menjelaskan secara menyeluruh informasi tentang perusahaan dalam video yang berdurasi kurang lebih 3 menit 14 detik. Dengan menggunakan visualisasi audio dan visual berkualitas HD, dan dapat menambah ide-ide khusus tentang perusahaan dan meningkatkan daya menarik perhatian pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum terhadap PT. Prakarsa Putra. Video Profil PT. Prakarsa Putra ini dipromosikan melalui strategi pemasaran media video, yaitu dengan menampilkan video langsung kepada mitra bisnis dan calon pelanggan. Selain itu, profil ini di tayangkan melalui media sosial seperti *Instagram* "pt.prakarsa_putra_karoseri" dan *YouTube* "Prakarsa Putra Karoseri".

5. SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Prakarsa Putra harus mengembangkan media untuk memberikan informasi dan periklanan perusahaan di masa depan. Informasi profil perusahaan harus di *update* setidaknya dua tahun sekali untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan selalu aktual, informatif, dan menarik. Calon konsumen akan memiliki kemampuan untuk lebih memahami produk PT. Prakarsa Putra. *Initiative* dalam mendorong bisnis dan peneliti di masa depan untuk membuat ide-ide baru tentang video profil perusahaan yang dapat menarik perhatian pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Pelaku bisnis dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan informasi kepada calon konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat umum melalui platform media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, *Tiktok*, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. S. Mahendra Amien, A. Suwondo, and S. Jayanti, "Hubungan Paparan Toluene Dengan Gangguan Fungsi Hati Pada Pekerja Bagian Pengecatan Sebuah Industri Karoseri Di Magelang," *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 395-404, Mar. 2015. <https://doi.org/10.14710/jkm.v3i1.11458>
- [2] W. Z. Navisha dan Tarmizi, "Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Kaca Film Tanpa Izin (Suatu Penelitian di Wilayah Hukum Kota Banda Aceh)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Pidana*, vol. 3 no. 1, Feb 2019.
- [3] S. S. Kusuma, D. Hamdani, D. Nugraha, Y. Nurhayati. Resma dan F. Ramdhan, "Pendampingan dan Pembuatan Video Profile Untuk Promosi Wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan", *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3 no. 2, Dec 2020.
- [4] D. Desrianti, G. Maulani, and D. Krisdiana, "Video Profile Sebagai Media Penunjang Promosi Pada Sdk Penabur Gading Serpong", *CCIT (Creative Communication and Innovative Technology) Journal*, vol. 12, no. 2, pp. 149-157, Aug. 2019.
- [5] L. Sunarya, B. Abdurachman, dan P. R. Ningsih, "Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang", *TMJ*, vol. 5, no. 2 Februari, hlm. 206–219, Jan 2021.
- [6] Y. Roza, N. Nanda, and G. Gustina, "Video Profile Promosi Dan Informasi Pada SMK Ariya Metta", *CICES (Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science)*, vol. 5, no. 2, pp. 143-150, Nov. 2019.
- [7] T Wibowo, J Alexander, "Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile PT. Batam Indonesia Gemilang", In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech) Vol. 1, No. 1, Sep 2021*.
- [8] H. K. Joy, dan M. R. Kounte, "An Overview of Traditional and Recent Trends in Video Processing", In *2019 International Conference on Smart Systems and Inventive Technology (ICSSIT)*, Nov 2019.
- [9] K. S. Lestari, R. Pratama Akhpa, and S. Yusuf Hasman, "Profile Sekolah Alam Tangerang Mekar Bakti: Pendidikan Berkelanjutan di Kabupaten Tangerang", *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 1, pp. 77-92, Nov. 2023.
- [10] H. Cikka, "SINOPSIS DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH (Cara Mudah Memahami dan Mengingat Peristiwa Sejarah)", *Scolae*, vol. 2, no. 2, pp. 300-306, Dec. 2019.
- [11] L. Sunarya, B. Abdurachman, dan P. R. Ningsih, "Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang", *TMJ*, vol. 5, no. 2 Februari, hlm. 206–219, Jan 2021.
- [12] I. Novita, M. Siddik, and A. Hefni, "Pengembangan Bahan Ajar Menulis Teks Cerpen Berdasarkan Teknik Storyboard pada Siswa Kelas XI SMA", *Diglosia*, vol. 3, no. 1, pp. 46-52, Jan. 2020.

- [13] M. Abdul Baqi, M. ., and M. Fadilla Rosmawati, “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pada Restoran Gubug Makan Mang Engking Citra Raya”, MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 5, no. 1, pp. 118-127, Feb. 2024.
- [14] W. Kustiawan, A. Taufiqurrohman, I. Anggianto, I. Tursina, N. L. T. B. Purba, and S. Ritonga, “Radio Broadcasting Basics (Broadcaster Qualifications, Broadcasting Techniques, Opening, Bridging, Closing, Vocal Techniques)”, jptam, vol. 8, no. 1, pp. 4851–4858, Jan. 2024.
- [15] M. ., I. Choirunnisa, and P. Solahudin, “Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD”, MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting, vol. 5, no. 1, pp. 1-13, Feb. 2024.