

# Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Jasa Tenaga Kerja Indonesia Pada PT. Tekad Jaya Abadi

Triyono\*<sup>1</sup>, Violent Montana Akbar<sup>2</sup>, Satria Anggara<sup>3</sup>, Sandy Marwan Hadi<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja  
Jl. Jendral Sudirman No.40 Modern Cikokol Tangerang  
Email: <sup>1</sup> [triyono@raharja.info](mailto:triyono@raharja.info), <sup>\*2</sup> [violent@raharja.info](mailto:violent@raharja.info), <sup>3</sup> [satria.anggara@raharja.info](mailto:satria.anggara@raharja.info),  
<sup>4</sup> [sandy@raharja.info](mailto:sandy@raharja.info)

## Abstrak

Fokus penelitian ini adalah merancang sebuah video company profile yang dapat menjadi media informasi serta promosi bagi layanan tenaga kerja PT. Tekad Jaya Abadi di Kota Tangerang. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam menyediakan tenaga kerja Indonesia untuk pasar domestik maupun internasional. Media promosi sebelumnya, seperti brosur, dianggap kurang efektif sehingga diperlukan media yang lebih menarik dan komunikatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka, lalu diterapkan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) dalam proses perancangan, yang mencakup tahap konsep, desain, pengumpulan materi, produksi, pengujian, dan distribusi. Hasil akhir berupa video yang memuat informasi tentang profil perusahaan, jenis pekerjaan, sistem kerja, pelatihan, fasilitas, serta keunggulan SDM. Video ini direncanakan untuk dipublikasikan melalui YouTube dan media sosial guna menjangkau audiens yang lebih luas serta mendukung kegiatan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media video efektif dalam menyampaikan informasi, memperluas jangkauan promosi, serta menarik minat calon tenaga kerja dan mitra bisnis. Dengan demikian, video ini diharapkan dapat membantu PT. Tekad Jaya Abadi dalam menciptakan lapangan kerja dan menurunkan angka pengangguran.

**Kata Kunci** – Video Company Profile, Jasa Tenaga Kerja, PT. Tekad Jaya Abadi, MDLC, Promosi.

## Abstract

The focus of this research is to design a company profile video that can serve as a medium of information and promotion for the employment services of PT. Tekad Jaya Abadi in Tangerang City. The company plays an important role in supplying Indonesian workers for both domestic and international labor markets. Previous promotional methods, such as brochures, were considered less effective, prompting the need for more engaging and communicative media. Data was collected through observation, interviews, and literature study, and the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method was applied in the video development process, covering concept, design, material collection, production, testing, and distribution. The resulting video presents information on the company profile, job types, work systems, training, facilities, and human resource advantages. It is planned to be published through platforms like YouTube and social media to reach a wider audience and support marketing activities. The results show that video media is effective in delivering information, expanding promotional reach, and attracting potential workers and business partners. Therefore, the video is expected to support PT. Tekad Jaya Abadi in creating better employment opportunities and reducing unemployment.

**Keywords** – Company Profile Video, Workforce Services, PT. Tekad Jaya Abadi, MDLC, Promotion

## 1. PENDAHULUAN

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa tenaga kerja memainkan peran penting, dalam menyediakan SDM yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar kerja, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Penyediaan lapangan pekerjaan sangat penting dalam mengurangi

tingkat pengangguran di suatu negara. Upaya peningkatan keterampilan dan kualifikasi pekerja melalui program pelatihan yang selaras dengan kebutuhan pasar kerja sangat penting untuk mempersiapkan mereka menghadapi persaingan yang ketat. Dalam mendukung hal ini, media informasi yang komunikatif dan menarik dibutuhkan guna memperkenalkan layanan, memperkuat kepercayaan, serta mengajak calon TKI berpartisipasi dalam program pelatihan. Salah satu media yang berperan penting dalam menyampaikan informasi yaitu media video *company profile*. Pelatihan keterampilan berbasis komunitas dapat menjadi alternatif strategis dalam mengurangi tingkat pengangguran secara lebih efektif<sup>[1]</sup>.

*Video company profile*, merupakan salah satu media yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasanya. Media ini berfungsi memberikan gambaran menyeluruh tentang ruang lingkup perusahaan secara jelas dan terkini, sesuai perkembangan perusahaan serta kebutuhan pasar. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa tenaga kerja, keberadaan media informasi sangat penting untuk memperkenalkan layanan, menjalin kerja sama dengan klien, serta menyampaikan program pelatihan kepada calon pekerja guna meningkatkan kualifikasi dan keterampilan mereka. Di era digital yang menuntut transparansi dan promosi *visual* yang efektif, *video company profile* menjadi alat strategis bagi perusahaan untuk menjangkau masyarakat luas<sup>[2]</sup>.

PT. Tekad Jaya Abadi bergerak dalam bidang perusahaan jasa Tenaga Kerja Indonesia atau *outsourcing*. Didirikan di Mataram Nusa Tenggara Barat pada tahun 2008, PT. Tekad Jaya Abadi Cabang Kota Tangerang beralamat di Gg. Jamblang No.4A, RT.001/RW.004, Buaran Indah, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15119. Dalam rangka melaksanakan salah satu program pemerintah untuk mengurangi pengangguran, tidak luput dari penyediaan lapangan pekerjaan sebagai salah satu solusi yang ditawarkan. Oleh sebab itu perusahaan selaku penyedia jasa tenaga kerja Indonesia, atau biasa disebut dengan PPTKIS (Pelaksana Penempatan TKI Swasta), menjadi salah satu solusi, dalam mengapresiasi dan merealisasikan salah satu program pemerintah tersebut.

Menurut informasi yang dikumpulkan dari tanya jawab dengan *stakeholder*, khususnya Administrasi Keuangan Ibu Yurike Natalia, PT. Tekad Jaya Abadi Cabang Kota Tangerang mengelola dan mengawasi kegiatan operasional seperti PPTKIS. Sampai sekarang perusahaan sudah mengirim lebih dari 400 Tenaga Kerja Indonesia (TKI) ke Negara relasi seperti Malaysia, Taiwan, dan Hongkong dengan jenis pekerjaan sebagai perawat lansia, perawat orang jompo, dan perawat pasien, dengan lama masa kontrak kerja selama 3 tahun. Guna untuk menunjang kinerja dan kenyamanan para pekerja, calon TKI serta perusahaan mitra perusahaan juga menyediakan fasilitas berupa ruang kantor yang memadai dan nyaman, ruang pertemuan, ruang kelas, ruang latihan, sarana buku-buku sebagai panduan latihan, dan kamar yang layak selama berlatih, sebelum mereka siap dikirimkan menjadi TKI ke relasi yang membutuhkan. Untuk saat ini perusahaan telah memiliki 6 cabang, yakni di daerah Jawa Tengah (Kabupaten Grobogan), Jawa Tengah (Kabupaten Kendal), Banten (Kota Tangerang), Sumatera Utara (Kota Medan), Jawa Timur (Kabupaten Ponorogo) dan Nusa Tenggara Timur (Kota Kupang). Kedepannya untuk dapat merekrut lebih banyak lagi calon-calon TKI yang lebih banyak dan kualitas yang menjanjikan, perusahaan akan membuka cabang lagi di daerah-daerah lain.

PT. Tekad Jaya Abadi menghadapi kendala dalam strategi komunikasinya, karena memperkenalkan perusahaan masih sebatas melalui brosur dan iklan sederhana di media sosial maupun jalan pekerjaan. Keterangan yang disampaikan pun terbatas pada foto dan deskripsi singkat, sementara lowongan pekerjaan belum dipublikasikan secara langsung kepada masyarakat. Karena keterangan yang ada masih sangat sederhana, perusahaan tidak memiliki media video yang dapat memberikan informasi penting tentang operasi perusahaan secara menyeluruh dan terbaru. *Video company profile* merupakan media yang relevan dengan kebutuhan saat ini, karena tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi yang efektif<sup>[3]</sup>.

Identifikasi masalah terhadap PT. Tekad Jaya Abadi, membutuhkan *video company profile* sebagai sarana untuk menyampaikan informasi menyeluruh mengenai perusahaan terbaru, serta sebagai alat untuk memperluas jangkauan informasi dan promosi mereka, meningkatkan

kepercayaan, serta dapat meningkatkan minat calon TKI untuk mengikuti program pelatihan, dan relasi pada perusahaan tersebut. Media video *company profile* direncanakan untuk disebarluaskan melalui *Youtube*, dan media sosial, sehingga mampu menjangkau lebih banyak target audiens, dan membantu tim pemasaran dalam mempromosikan materi kepada calon mitra kerja. Video dipilih dikarenakan dapat sebagai media penyebaran informasi yang dinamis, praktis dan menarik<sup>[4]</sup>.

Melalui video *company profile* ini, perusahaan dapat menginformasikan dan mempromosikan sehingga lebih dikenal oleh masyarakat. Harapannya, hal ini dapat meningkatkan jumlah mitra dan calon TKI setiap tahunnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan hasil yang valid penelitian ini menggunakan serangkaian metode diantaranya: (1) Pengumpulan data dengan Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, (2) Analisis MDLC, (3) Perancangan video promosi ini didukung *software* penunjang yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2018*, *Adobe After Effect CC 2019* dan *Adobe Photoshop 2019*. (4) Konsep Produksi Media yang terdiri dari: *Pre production* (Pra Produksi), *Production* (Produksi) dan *Post Production* (Pasca Produksi).

### Analisis MDLC

Analisis MDLC merupakan pengembangan multimedia terdapat enam fase berurutan, yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*.<sup>[7]</sup>

Tabel 1. Analisis MDLC

MDLC	Deskripsi
Konsep ( <i>Concept</i> )	PT. Tekad Jaya Abadi membutuhkan media penyebaran informasi berupa video <i>company profile</i> yang menampilkan profil perusahaan, jenis pekerjaan, proses pelatihan, fasilitas, serta keunggulan SDM. Video ini ditujukan untuk calon TKI dan relasi, agar meningkatkan pemahaman, promosi, dan kerja sama, serta menarik lebih banyak calon TKI setiap tahunnya.
Desain ( <i>Design</i> )	Video <i>company profile</i> PT. Tekad Jaya Abadi dirancang berdasarkan <i>storyboard</i> berisi 10 <i>scene</i> , mencakup identitas perusahaan, lokasi, jenis pekerjaan, proses pelatihan TKI, fasilitas, sistem kerja, keunggulan jasa <i>outsourcing</i> , relasi, dan testimoni. Video ini menjadi media informasi lengkap bagi masyarakat dan mitra kerja.
Pengumpulan Materi ( <i>Material Collecting</i> )	Penulis mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara dengan PT. Tekad Jaya Abadi. Proses produksi menggunakan <i>Adobe Premiere Pro CC 2018</i> , <i>Photoshop 2019</i> , <i>After Effects CC 2019</i> , serta kamera <i>Sony A7 Mark II</i> untuk dokumentasi <i>visual</i> dan <i>motion graphic</i> .
Pembuatan ( <i>Assembly</i> )	Proses <i>editing</i> mencakup pemilihan, pemotongan, dan penggabungan video sesuai <i>storyboard</i> menggunakan <i>Adobe Premiere Pro CC 2018</i> . <i>Motion graphic</i> dibuat dengan <i>Adobe After Effects CC 2019</i> . Ditambahkan audio, efek suara, dan <i>voice over</i> , lalu dilanjutkan dengan proses <i>rendering</i> akhir.
Pengujian ( <i>Testing</i> )	Video ditinjau berulang oleh penulis dan pihak perusahaan untuk memastikan kesesuaian alur, animasi, dan kelayakan publikasi. Revisi dilakukan berdasarkan masukan <i>stakeholder</i> jika ditemukan kesalahan atau ketidaksesuaian.
Distribusi ( <i>Distribution</i> )	Untuk memperluas jangkauan dan efektivitas penyebaran informasi tanpa batas ruang dan waktu, video didistribusikan ke calon pelanggan, mitra, dan masyarakat melalui media sosial seperti <i>YouTube</i> dan <i>Instagram</i> .

### Literature Review

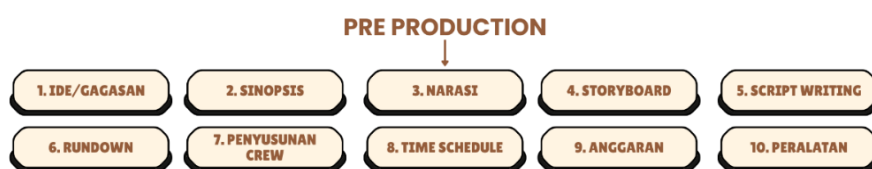
Berikut adalah ulasan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian:

1. Erich, dkk (2023)<sup>[5]</sup>. “Pembuatan Company Profile Rutan Kelas II B Baturaja Menggunakan Android Studio”. Tujuan dari adanya video *company profile* Rutan Kelas II B Baturaja ini adalah untuk membantu memperkenalkan profil instansi sebagai gambar dan memberikan layanan informasi melalui media.
2. Hasanah, dkk (2024)<sup>[6]</sup>. “Video Company Profile Sebagai Media Promosi Di Home Industry Griya Oksana”. Video *company profile* perusahaan digunakan dengan benar sebagai promosi, ini akan membantu meraih pelanggan untuk industri rumah Griya oksana dan membuat mereka menjadi pelanggan yang setia.
3. Norhikmah dan Farhan Riski Rianda (2023)<sup>[7]</sup>. “Pelatihan dan Pemanfaatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Taman Belajar di Karanganyar”. manfaat video *company profile* perusahaan untuk dapat memberikan informasi lengkap dan gambaran *visual*.
4. Setiawan, dkk (2025)<sup>[8]</sup>. “Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi 'in Kabupaten Tebo”. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video *company profile* sebagai media promosi yang lebih *modern*, guna memperkenalkan Pondok Pesantren kepada audiens yang lebih luas.
5. Cholisoh, dkk (2023)<sup>[9]</sup>. “Video Promosi dan Informasi Berbentuk Company Profile Pada PT McCSEN Lite”. Dengan dibuatnya video *company profile* dalam video adalah untuk memberikan informasi dan menarik perhatian dengan mempromosikan produk terbaru dan ide inovatif.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pre Production

*Pre Production* merupakan tahap dalam perencanaan pembuatan video, terdiri dari pengembangan konsep, pembuatan sinopsis, penyusunan narasi, menggambar *storyboard*, penulisan naskah, penyusunan *rundown*, penentuan kru produksi, penyusunan jadwal, menyusun anggaran produksi media, dan terakhir dengan mempersiapkan alat-alat untuk memenuhi kebutuhan produksi video *company profile* sebagai sarana informasi PT. Tekad Jaya Abadi. Proses perancangan meliputi *development*, *pre-production*, *production*, *post-production*, dan *delivery*<sup>[10]</sup>. Berikut adalah proses *Pre Production* yang akan dilakukan :



Gambar 1. *Pre Production*

1. Ide atau gagasan  
Ide perancangan video *company profile* muncul dari observasi dan wawancara dengan *stakeholder* PT. Tekad Jaya Abadi. Video ini menyajikan informasi tentang profil perusahaan, jenis pekerjaan, sistem kerja, pelatihan, fasilitas, relasi, dan keunggulan SDM secara menarik dan informatif melalui *audio-visual*, *background*, *voice over*, dan efek *visual*. Media ini diharapkan membantu promosi perusahaan dan meningkatkan relasi serta jumlah calon TKI setiap tahunnya.
2. Sinopsis  
Sebuah sinopsis dapat mempermudah pembaca atau penonton untuk memahami inti cerita. Sinopsis ini merangkum permasalahan dari awal hingga awal cerita hingga akhir cerita, dan

menggambarkan alur cerita dalam bentuk kalimat yang jelas dan informatif. Berikut adalah sinopsis untuk video perusahaan PT. Tekad Jaya Abadi:

Tabel 2. Sinopsis

Sinopsis
<i>“Dibuka Menampilkan bumper opening logo PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang. Menampilkan footage keramaian jalan raya Kota Tangerang, Menunjukkan footage drone Kota Tangerang, Menampilkan peta lokasi PT. Tekad Jaya Abadi, Menampilkan footage drone PT. Tekad Jaya Abadi, Menampilkan animasi grafis jenis-jenis pekerjaan di PT. Tekad Jaya Abadi di Kota Tangerang, Menampilkan video talent berbicara dengan receptionist PT. Tekad Jaya Abadi dan ditawari berkeliling untuk melihat situasi dan fasilitas, Menampilkan video yang memperlihatkan fasilitas kantor PT. Tekad Jaya Abadi, termasuk ruang tunggu, ruang kelas, ruang tidur untuk calon TKI, dan fasilitas toilet, Menampilkan animasi grafis mengenai sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi, Menayangkan video yel-yel semangat karyawan PT. Tekad Jaya Abadi, Menampilkan penutup dengan logo PT. Tekad Jaya Abadi beserta alamat kantor, kontak dan akun Instagram.”</i>

### 3. Narasi

Narasi dirancang untuk menjelaskan informasi dengan jelas, dalam bentuk teks yang dibacakan oleh pengisi suara (*voice over*) dalam sebuah video. Berikut ini adalah narasi media video *company profile* pada PT. Tekad Jaya Abadi :

Tabel 3. Narasi

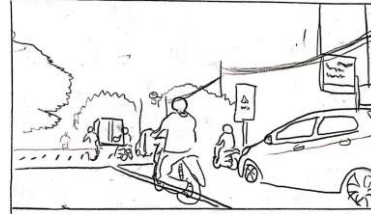
Narasi
<i>““Di era Perkembangan digital yang sangat pesat / media sosial menjadi sangat penting bagi masyarakat luas untuk menerima informasi // Seiring dengan perkembangan suatu Negara/ semakin banyak lapangan pekerjaan yang tersedia// PT. Tekad Jaya Abadi sebagai perusahaan yang bergerak di bidang alih daya dan tenaga kerja/ kami bertanggung jawab untuk memperhatikan berbagai tantangan dalam masalah ketenagakerjaan// Dalam rangka melaksanakan salah satu program pemerintah untuk mengurangi pengangguran dan pengentasan kemiskinan/ tidak akan luput dari penyediaan lapangan pekerjaan sebagai salah satu solusi yang ditawarkan// Oleh sebab itu perusahaan selaku penyedia jasa tenaga kerja Indonesia, atau biasa disebut dengan PPTKIS (Pelaksana Penempatan TKI Swasta)/ menjadi salah satu solusi/ dalam mengapresiasi dan merealisasikan salah satu program pemerintah tersebut// PT. Tekad Jaya Abadi penyedia jasa tenaga kerja Indonesia/ yang mempunyai sistem management yang sudah berpengalaman di bidang jasa penyediaan pekerjaan/ pengelolaan tenaga kerja dimana masing-masing divisi bertanggung jawab terhadap tugasnya dan saling berkoordinasi satu sama lainnya/ mempunyai sistem rekrutmen sesuai dengan standar dan didukung oleh team recruitment tenaga kerja yang solid serta berpengalaman dibidangnya// Adapun target dari PT. Tekad Jaya Abadi yaitu masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan/ relasi perusahaan dan instansi yang membutuhkan tenaga kerja outsourcing// Sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi adalah sebagai berikut (menampilkan motion graphic)/ PT. Tekad Jaya Abadi juga memiliki aspek- aspek kelebihan serta keunggulan diantaranya/ memiliki tenaga kerja yang profesional dan berkompeten di bidangnya serta sudah berpengalaman/ saat ini sudah ada 4 perusahaan yang bermitra dengan PT. Tekad Jaya Abadi/ diantaranya/ Agency Caderfu/ Agency Link Jet/ BLK in Novenda/ dan Agency Jaeleder// Diharapkan PT. Tekad Jaya Abadi dapat menjadi salah satu perusahaan yang dapat memberikan manfaat dan dapat terus memberikan yang terbaik untuk masyarakat banyak//”</i>

### 4. Storyboard

Sketsa gambar yang digunakan selama produksi *audio visual* untuk merencanakan dan menggambarkan rangkaian gambar. Penyusunan *Storyboard Visual*, Tim desain menyusun *storyboard* yang menggambarkan urutan adegan dan transisi antar *scene* dalam video. Setiap *frame* dijelaskan secara rinci, termasuk animasi karakter, ilustrasi objek, teks, dan *voice over*<sup>[11]</sup>. Adapun rancangan *storyboard* yang dibuat berdasarkan alur cerita video *company profile* pada PT. Tekad Jaya Abadi adalah sebagai berikut:



Gambar 2. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang*



Gambar 3. *Scene 2/ Day/ Ext/ Low Angle/ Menampilkan footage keramaian jalan raya Kota Tangerang*



Gambar 4. *Scene 3/ Day/ Ext/ Bird eye view/ Menampilkan footage drone Kota Tangerang*



Gambar 5. *Scene 4/ Day/ Ext/ Bird eye view/ Menampilkan footage drone PT. Tekad Jaya Abadi*



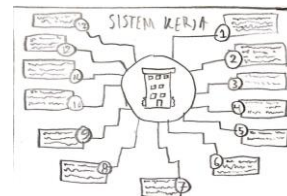
Gambar 6. *Scene 5/ Menampilkan animasi grafis jenis-jenis pekerjaan di PT. Jaya Abadi di Kota Tangerang.*



Gambar 7. *Scene 6/ Day/ Int/ Medium Shoot/ Menampilkan video talent berbicara dengan receptionist PT. Tekad Jaya Abadi dan ditawarkan berkeliling untuk melihat situasi dan fasilitas*



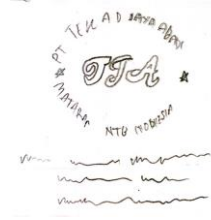
Gambar 8. *Scene 7/ Day/ Int/ Medium Shoot/ Menampilkan video yang memperlihatkan fasilitas kantor PT. Tekad Jaya Abadi, termasuk ruang tunggu, ruang kelas, ruang tidur untuk calon TKI, dan fasilitas toilet.*



Gambar 9. *Scene 8/ Menampilkan animasi grafis mengenai sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi.*



Gambar 10. *Scene 9/ Day/ Int/Long shoot/* Menayangkan video yel-yel semangat karyawan PT. Tekad Jaya Abadi.



Gambar 11. *Scene 10/* Menampilkan penutup dengan logo PT. Tekad Jaya Abadi beserta alamat kantor, kontak dan akun *Instagram*.

### 5. *Script Writing*

Menulis naskah dengan menjelaskan urutan dialog *audio* yang dirancang untuk menyelesaikan alur video. Penulisan skrip untuk video *company profile* ini bertujuan, untuk menggambarkan perusahaan secara komprehensif dan menarik dalam bentuk *visual*. *Script Writing* video *Company Profile* PT. Tekad Jaya Abadi dijabarkan pada tabel dibawah:

Tabel 4. *Script Writing*

No.	<i>Visual</i>	<i>Audio</i>
1.	Menampilkan bumper <i>opening</i> logo PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang	<i>Sound effect</i>
2.	Menampilkan <i>footage</i> keramaian jalan raya Kota Tangerang	<i>Di era Perkembangan digital yang sangat pesat/ media sosial menjadi sangat penting bagi masyarakat luas untuk menerima informasi. media sosial menjadi sangat penting bagi masyarakat luas untuk menerima informasi.</i>
3.	Menampilkan <i>footage drone</i> Kota Tangerang	<i>Seiring dengan perkembangan suatu Negara/ semakin banyak lapangan pekerjaan yang tersedia//</i>
4.	Menampilkan <i>footage drone</i> PT. Tekad Jaya Abadi	<i>PT. Tekad Jaya Abadi sebagai perusahaan yang bergerak di bidang alih daya dan tenaga kerja/ kami bertanggung jawab untuk memperhatikan berbagai tantangan dalam masalah ketenagakerjaan.</i>
5.	Menampilkan animasi grafis jenis-jenis pekerjaan di PT. Tekad Jaya Abadi di Kota Tangerang.	<i>Backsound</i>
6.	Menampilkan video <i>talent</i> berbicara dengan <i>receptionist</i> PT. Tekad Jaya Abadi dan ditawarkan berkeliling untuk melihat situasi dan fasilitas	<i>/menjadi salah satu solusi, dalam mengapresiasi dan merealisasikan salah satu program pemerintah tersebut</i>
7.	Menampilkan video yang memperlihatkan fasilitas kantor PT. Tekad Jaya Abadi, termasuk ruang tunggu, ruang kelas, ruang tidur untuk calon TKI, dan fasilitas toilet.	<i>Adapun target dari PT. Tekad Jaya Abadi yaitu Masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan</i>

8.	Menampilkan animasi grafis mengenai sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi.	<i>Sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi adalah sebagai berikut (menampilkan motion graphic)</i>
9.	Menayangkan video yel-yel semangat karyawan PT. Tekad Jaya Abadi.	<i>Suara calon TKI menyerukan yel yel</i>
10.	Menampilkan penutup dengan logo PT. Tekad Jaya Abadi beserta alamat kantor, kontak dan akun <i>Instagram</i> .	<i>Backsound &amp; Sound effect</i>

6. *Rundown*

*Rundown* merupakan urutan dari pengambilan gambar dan pengeditan sesuai dengan setiap adegan dan *scene*. Dibawah ini adalah tabel *rundown* video *company profile* sebagai penunjang informasi PT. Tekad Jaya Abadi:

Tabel 5. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	ANIMASI /Int/ Ext	Description
1.	1	-	00:00 - 00:05	-	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang
2.	2	Di Jalan Raya dekat kantor PT. Tekad Jaya Abadi	00:06 - 00:12	<i>Ext</i>	Menampilkan <i>footage</i> keramaian jalan raya Kota Tangerang
3.	3	Kota Tangerang	00:13- 00:22	<i>Ext</i>	Menampilkan <i>footage drone</i> Kota Tangerang
4.	4	Luar kantor PT. Tekad Jaya Abadi	00:23 - 00:36	<i>Ext</i>	Menampilkan <i>footage drone</i> PT. Tekad Jaya Abadi
5.	5	-	00:37 - 01:11	-	Menampilkan animasi grafis jenis- jenis pekerjaan di PT. Tekad Jaya Abadi di Kota Tangerang.
6.	6	Di meja <i>Receptionist</i>	01:12 - 02:00	<i>Int</i>	Menampilkan video <i>talent</i> berbicara dengan <i>receptionist</i> PT. Tekad Jaya Abadi dan ditawarkan berkeliling untuk melihat situasi dan fasilitas
7.	7	Di dalam Kantor PT. Tekad Jaya Abadi	02:01 - 02:47	<i>Int</i>	Menampilkan video yang memperlihatkan fasilitas kantor PT. Tekad Jaya Abadi, termasuk ruang tunggu, ruang kelas, ruang tidur untuk calon TKI, dan fasilitas toilet.
8.	8	-	02:48 - 04:18	-	Menampilkan animasi grafis mengenai sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi.
9.	9	Ruang Kelas PT. Tekad Jaya Abadi	04:19 - 04:29	<i>Int</i>	Menayangkan video yel-yel semangat karyawan PT. Tekad Jaya Abadi.

10.	10	-	0:04:30 -0:04:33	-	Menampilkan penutup dengan logo PT. Tekad Jaya Abadi beserta alamat kantor, kontak dan akun <i>Instagram</i> .
-----	----	---	---------------------	---	--

7. *Kru Produksi*

Penyusunan *crew* merujuk pada proses pengaturan tim atau kelompok orang yang akan bekerjasama untuk melakukan produksi. Susunan *crew* yang terlibat dalam pembuatan video *company profile* ini meliputi, Sutradara, *Camera Person*, Asisten *Cameraman*, *Pilot Drone*, *Audio Person*, *Script Writer*, *Editor*, *Dubber*. Susunan pemain dan *crew* yang terlibat dalam pembuatan video *Company Profile* pada PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang diantaranya:

Tabel 6. Penyusunan *Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Violent Montana Akbar
2.	<i>Script writer</i>	Violent Montana Akbar
3.	<i>Camera Person</i>	Violent Montana Akbar
4.	<i>Assistant Cameraman</i>	Riyan
5.	<i>Pilot Drone</i>	Faisal Hamdi Mawardi
6.	<i>Dubber</i>	Faisal Hamdi Mawardi
7.	<i>Editor</i>	Violent Montana Akbar
8.	<i>Talent</i>	Muhammad Fadri Zulfikar

8. *Time Schedule*

Penyusunan *time schedule* sangatlah diperlukan dalam produksi video *company profile* ini, agar dapat berjalan dan selesai sesuai waktu yang ditetapkan. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian dalam perancangan media video *company profile* pada PT. Tekad Jaya Abadi, Kota Tangerang:

Tabel 7. *Time Schedule*

Tahapan	Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024				Juli 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Pre production</i>	Pengajuan Observasi	■	■																	
	Pengumpulan Data		■																	
	Analisis Data		■																	
	Ide/Gagasan		■																	
	Sinopsis			■																
	Narasi			■																
	<i>Storyboard</i>			■																
	<i>Script Writing</i>			■																
	<i>Rundown</i>			■																
	Penyusunan <i>Crew</i>				■															
	<i>Time Schedule</i>				■															
	Anggaran/ <i>Budget</i>				■	■														
	Setting alat				■	■														
<i>Productio</i>	Perencanaan Multimedia					■	■													
	Perencanaan <i>Audio</i>							■	■											
	Perencanaan <i>Visual</i>								■	■										



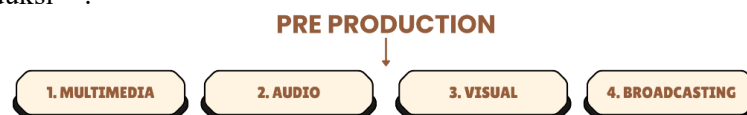
	<i>Pro CC 2018</i>				
17.	<i>Adobe After Effect CC 2019</i>	Milik Pribadi	-	-	-
18.	<i>Wifi Indihome</i>	Sewa	2 Bulan	1	Rp. 350.000 1 Bulan x 2 Bulan Rp. 350.00 x 2 = Rp.700.00
<b>Total</b>					<b>Rp. 2.908.000</b>

### 10. Peralatan

Dalam pembuatan video ini di dukung peralatan seperti, *Camera Sony A7 Mark II, Clip on, Samsung Curved 24" Monitor, Lensa Tamron 17-55mm f2.8, Lensa Tamron SP 90mm f2.8, Tripod Victory, Drone dji phantom 3 Pro, Harddisk external 1TB, Memory Sandisk Ultra 64 Gb, Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe photoshop CC 2019, Adobe After Effect CC 2019.*

### 3.2. Production

Proses merupakan tahap syuting kolaboratif yang didukung oleh perencanaan multimedia, *audio, visual*, dan *broadcasting*. Proses perancangan video promosi yang efektif didukung oleh kerangka kerja yang sistematis, mencakup tahap pra-produksi, produksi, pasca-produksi<sup>[13]</sup>.



Gambar 12. *Production*

#### 1. Perencanaan Multimedia

Proses menggabungkan teks, *visual* dan *audio* menjadi satu media yang menarik, sehingga dapat mudah dipahami informasi yang disampaikan melalui video *company profile* Tujuan multimedia strategi multimedia, dan program adalah tiga komponen perancangan multimedia ini. Tujuannya memfasilitasi penyebaran informasi kepada Masyarakat dan membuat media yang informatif.

#### 2. Perencanaan *Audio*

Untuk melengkapi video *Company Profile* PT. Tekad Jaya Abadi, *audio* berperan penting agar informasi yang disampaikan lebih menarik dan tidak membosankan. Elemen *audio* yang digunakan mencakup musik instrumen “*Dreaming About Summer*” karya *Rotem Cinnamon* sebagai *backsound* untuk menambah daya tarik, *dubbing* atau *voice over* dengan suara asli manusia maupun *dubber* yang disesuaikan guna memperjelas isi video, serta berbagai *sound effect* seperti *bumper opening*, suara lalu lintas, dan *ambient* masyarakat untuk menghadirkan suasana yang lebih hidup. Seluruh elemen *audio* tersebut kemudian digabungkan pada tahap *mixing* dalam proses *post-production*, sehingga video informasi menjadi lebih menarik, jelas, dan mampu menyampaikan pesan secara efektif.

#### 3. Perencanaan *Visual*

Tujuannya adalah untuk menyampaikan kesan dan pesan dalam video *Company Profile* PT. Tekad Jaya Abadi sebagai sarana informasi. Perencanaan *visual* merupakan proses persiapan elemen-elemen *visual* seperti gambar, teks, dan efek *visual* yang akan ditampilkan dalam video. Perencanaan *visual* mencakup tujuan *visual*, strategi *visual*, dan program *visual* yang mendukung pencapaian hasil yang diinginkan. Dengan perencanaan *visual* yang baik, diharapkan hasil akhir akan lebih menarik, kreatif, dan informatif. Video berbasis *audio-visual* ini dirancang agar menarik dan selaras dengan *audio* yang telah ditentukan

#### 4. Perencanaan *Broadcasting*

Video informasi PT. Tekad Jaya Abadi dirancang melalui perencanaan *broadcasting* yang mencakup tujuan, strategi, dan program agar pesan perusahaan tersampaikan secara efektif. Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai profil, sistem kerja, serta layanan *outsourcing* perusahaan, sekaligus memperkuat citra dan kepercayaan klien. Strategi penyebaran informasi dilakukan melalui media digital, khususnya *YouTube* pada channel resmi “Tekad Jaya Abadi” dan *Instagram @TEKADJAYAABADI*, sehingga pesan dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas, cepat, dan mudah dipahami.

#### Program *Visual*

Implementasi *Adobe Premiere Pro* dalam pembuatan video *company profile* meningkatkan kualitas *editing* dan penyajian *visual*<sup>[14]</sup>. *Software* seperti *Adobe Premiere Pro CC 2018*, *Adobe Photoshop CC 2019*, dan *Adobe After Effects CC 2019*, yang mendukung pembuatan video *Company Profile* yang berdasar *audio-visual* untuk PT. Tekad Jaya Abadi sebagai sarana informasi, Program *visual* melibatkan jalannya produksi yang dibuat untuk memastikan hasil yang profesional dan sesuai dengan standar yang diinginkan.



Gambar 13. *Scene 1/ Day/ Ext/ Low angle/ Menampilkan bumper opening logo PT. Tekad Jaya Abadi Kota Tangerang*



Gambar 14. *Scene 2/ Day/ Ext/ Low Angle/ Menampilkan footage keramaian jalan raya Kota Tangerang*



Gambar 15. *Scene 3/ Day/ Ext/ Bird eye view/ Menampilkan footage drone Kota Tangerang*



Gambar 16. *Scene 4/ Day/ Ext/ Bird eye view/ Menampilkan footage drone PT. Tekad Jaya Abadi*



Gambar 17. *Scene 5/ Menampilkan animasi grafis jenis-jenis pekerjaan di PT. Jaya Abadi di Kota Tangerang.*



Gambar 18. *Scene 6/ Day/ Int/ Medium Shot/ Menampilkan video talent berbicara dengan receptionist PT. Tekad Jaya Abadi dan ditawarkan berkeliling untuk melihat situasi dan fasilitas*



Gambar 19. *Scene 7/ Day/ Int/ Medium Shoot/* Menampilkan video yang memperlihatkan fasilitas kantor PT. Tekad Jaya Abadi, termasuk ruang tunggu, ruang kelas, ruang tidur untuk calon TKI, dan fasilitas toilet.



Gambar 20. *Scene 8/* Menampilkan animasi grafis mengenai sistem kerja pada PT. Tekad Jaya Abadi.



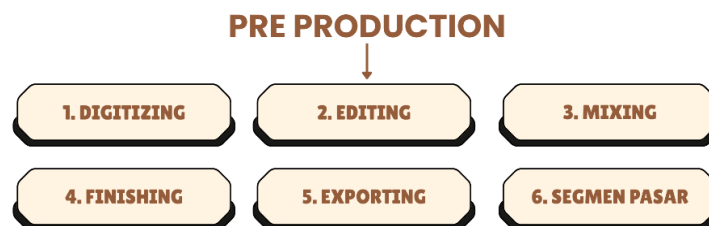
Gambar 21. *Scene 9/ Day/ Int/Long shoot/* Menayangkan video yel-yel semangat karyawan PT. Tekad Jaya Abadi.



Gambar 22. *Scene 10/* Menampilkan penutup dengan logo PT. Tekad Jaya Abadi beserta alamat kantor, kontak dan akun *Instagram*.

### 3.3. Post Production

Semua gambar yang diambil selama *shooting* dikumpulkan dan diproses oleh *editor*, dan kegiatan pemasaran serta distribusi juga termasuk dalam tahap ini. Selama proses ini, Tahapan *post production* selanjutnya mencakup proses *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting*, dan penentuan segmen pasar. *Post Production* tahap di mana seluruh hasil *shooting* video di *edit* oleh *editor* untuk mengikuti *storyboard*. *Editing* video merupakan proses pasca produksi dalam pembuatan video<sup>[15]</sup>. Sehingga menghasilkan video *final* yang siap tayang.



Gambar 23. *Post Production*

#### 1. *Digitizing*

Pada tahap ini, *Folder footage* yang telah diambil menggunakan kamera akan dipindahkan dari memori kartu ke perangkat komputer dan disimpan dalam *folder* yang sama dan sudah terorganisir. selanjutnya diimpor ke dalam *Software Editing* untuk proses *editing* lebih lanjut.

#### 2. *Editing*

Pada fase *editing footage* video akan dipilih dan dipotong sesuai dengan *storyboard* yang telah ditentukan sebelumnya, memastikan bahwa setiap klip berkontribusi pada alur cerita yang diinginkan. Setelah itu, seluruh *footage* akan dimasukkan ke dalam *timeline* untuk digabungkan menjadi satu video dengan alur cerita kasar. Selanjutnya, desain yang dibuat di *Photoshop* akan diubah menjadi format *PNG*, dan gambar tersebut akan digunakan sebagai elemen *motion graphic* dalam *software Adobe Premiere Pro CC 2018* untuk memperkaya tampilan *visual* video.

#### 3. *Mixing*

Proses ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah video informasi yang tidak hanya jelas dan informatif, tetapi juga menarik dan memikat bagi masyarakat. proses pencampuran video atau

*Mixing* yang telah diedit dengan elemen *audio* seperti *voice over*, *backsound*, dan *sound effect* menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018*. Dengan menggabungkan *audio* dan *video* secara harmonis.

4. *Finishing*

Melakukan proses pengecekan ulang atau *review*. Proses ini bertujuan untuk menilai kembali keseluruhan isi *video* yang telah selesai, memastikan bahwa semua elemen sesuai dengan sinopsis yang telah ditentukan dan bahwa *video* tersebut memenuhi standar yang diinginkan. pada tahap ini, setelah *video* dan *motion graphic* telah diolah menjadi satu kesatuan dan diberi elemen seperti transisi, *lower text*, dan *color grading*.

5. *Exporting*

Dengan memilih format *H.264*, memastikan kualitas *Full HD* dengan resolusi *1920x1080* dan *frame rate 50 fps* untuk memastikan hasil akhir yang optimal dan berkualitas tinggi. Tahap *eksporting* merupakan tahap terakhir setelah proses pembuatan *video* yang meliputi *digitizing*, *editing*, *mixing*, dan *rendering*. Pada tahap ini, *video* akan diekspor menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2018*.

6. Segmentasi Pasar

Harapannya dengan adanya *video* ini PT. Tekad Jaya Abadi dalam penyampaian informasi berupa profil, jenis pekerjaan, sistem kerja, kelebihan jasa *outsourcing*, fasilitas, keunggulan dan relasi perusahaan PT. Tekad Jaya Abadi. tahapan segmen pasar ini *video Company Profile* sebagai sarana informasi pada PT. Tekad Jaya Abadi melalui implementasi pada *Instagram* dan *Youtube* PT. Tekad Jaya Abadi ‘TekadJayaAbadi.tng’.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dengan judul Perancangan Media *Video Company Profile* Sebagai Sarana Informasi Pada PT. Tekad Jaya Abadi diperoleh beberapa kesimpulan bahwa konsep *video company profile* yang dibutuhkan untuk menarik minat relasi dan masyarakat terhadap jasa *outsourcing* adalah *video* dengan tampilan kreatif yang memadukan *audio visual*, *visual effect*, berkualitas *HD*, serta dilengkapi dengan *voice over* yang menjelaskan profil perusahaan, jenis pekerjaan, sistem kerja, keunggulan jasa *outsourcing*, fasilitas, dan relasi perusahaan. *Video* berdurasi kurang lebih 5 menit ini dinilai mampu memberikan informasi secara terbuka, jelas dan mudah dimengerti oleh masyarakat luas. Adapun kendala yang dihadapi dalam menginformasikan jasa *outsourcing* pada PT. Tekad Jaya Abadi adalah media yang digunakan sebelumnya masih terbatas pada brosur, iklan berupa foto, serta informasi singkat di media sosial dan *Jobstreet*, selain itu informasi lowongan pekerjaan masih disampaikan langsung oleh tim rekrutmen kepada anggota member. Hal tersebut membuat banyak masyarakat belum mengenal jasa *outsourcing*, sehingga diperlukan strategi media yang lebih informatif dan efektif dalam bentuk *video company profile* sebagai sarana informasi perusahaan, khususnya di wilayah Kota Tangerang. Melalui *video company profile* ini, target yang ingin dicapai PT. Tekad Jaya Abadi adalah membantu perusahaan dalam memperkenalkan layanan alih daya (*outsourcing*), menciptakan hubungan baik dengan klien dan relasi, serta meningkatkan pengenalan perusahaan di kalangan masyarakat luas.

#### 5. SARAN

Saran yang dapat kami berikan kepada PT. Tekad Jaya Abadi agar menjadi lebih baik kedepannya, yaitu diharapkan perusahaan dapat mengembangkan strategi media yang lebih inovatif dan kreatif sesuai perkembangan serta tren media, sehingga mampu bersaing dan menunjang penyampaian informasi kepada masyarakat. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk terus mengembangkan konsep *video company profile* yang lebih kreatif dan informatif dengan memberikan informasi terbaru sesuai perkembangan perusahaan guna meningkatkan daya tarik bagi relasi maupun masyarakat. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat membuat *video*

*company profile* yang lebih menarik, kreatif, dan informatif. Tidak hanya itu, PT. Tekad Jaya Abadi juga disarankan untuk lebih mensosialisasikan video informasi melalui *YouTube* serta menyebarkannya ke berbagai media sosial perusahaan agar penyampaian informasi lebih efektif dan dapat menjangkau masyarakat luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Suriadi, K. . Dewi, A. . Krisdiyanto, I. K. . Sukarma, and S. Sriyono, “Mengatasi Masalah Pengangguran Melalui Pelatihan Keterampilan Berbasis Komunitas”, *CDJ*, vol. 4, no. 4, pp. 8448–8454, Oct. 2023.
- [2] W. Desriyati, J. Julanos, R. Faisal, and S. Fajar Mahmud, “ Pembuatan Video *Company Profile* sebagai Media Promosi Digital PT. X Dumai untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0”, *Smart Dedication*, vol. 2, no. 2, pp. 185–192, Jul. 2025.
- [3] M. A. Fikri, “Penggunaan Video *Company Profile* Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada PT Avoir Industry,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 55–63, 2023.
- [4] A. Kusmayanti, “Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi Politeknik Bisnis Digital Indonesia,” *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, vol. 7, no. 2, Jul. 2024.
- [5] E. Erich, P. Pujiyanto, and A. Muris, “Pembuatan *Company Profile* Rutan Klas II B Baturaja Menggunakan *Android Studio*”, *INTECH*, vol. 4, no. 1, pp. 1-6, May 2023.
- [6] S. A. Hasanah, Ernawati, and A. . Santoso, “Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi Di *Home Industry* 9riya Oksana”, *JSRW*, vol. 12, no. 1, pp. 1–17, Jan. 2024.
- [7] N. Norhikmah dan F. R. Rianda, “Pelatihan dan Pemanfaatan Video *Company Profile* sebagai Media Promosi pada Taman Belajar di Karanganyar”, *Inov. Jur. Pengabd. Masy. (IJPM)*, vol. 1, no. 3, hlm. 333–338, Des 2023.
- [8] A. Setiawan, S. Sepriano, and S. Yulistian, “Perancangan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi dan Informasi di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi’in Kabupaten Tebo”, *JUKTISI*, vol. 4, no. 2, pp. 942–954, Aug. 2025.
- [9] N. Cholisoh, S. Zul Friandi, and A. Ilmi, “Video Promosi Dan Informasi Berbentuk *Company Profile* Pada PT McCSEN Lite”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 1, pp. 75-87, Feb. 2023.
- [10] I. C. . Aprilyana, H. Saputra, and M. Darlies, “Perancangan Video *Company Profile* Untuk Kegiatan Promosi UMKM Bumbu Mak Djuai Menggunakan Media Sosial”, *JTIMD*, vol. 1, no. 2, pp. 124–133, Oct. 2024.
- [11] M. Abdul Baqi et al., “Media Video *Company Profile* Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang,” *MAVIB Journal*, Jan. 2025.
- [12] W. Desriyati, J. Julanos, R. Faisal, and S. Fajar Mahmud, “ Pembuatan Video *Company Profile* sebagai Media Promosi Digital PT. X Dumai untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0”, *Smart Dedication*, vol. 2, no. 2, pp. 185–192, Jul. 2025.
- [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. 118-128, Feb. 2024.
- [14] Faujy Mulyana Putra, A., & Sukarya, R. R. (2024). Implementasi *Adobe Premiere Pro* Dalam Pembuatan Video *Company Profile*. *Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi (Jatilima)*, 6(02), 243-258.
- [15] A. Murodi, R. A. Barnabas, and Y. Antika, “Peningkatan Kemampuan Videografi dan *Editing Video* untuk Medsos di Majelis FORSIMMA Pondok Melati”, *Mitra Teras*, vol. 2, no. 1, pp. 35–40, Jun. 2023.