

## Perancangan Video *Company Profile* Pada PT. Multi Sarana Sukses

Muhamad Dody Firmansyah<sup>1</sup>, Eric Pranata<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam  
e-mail: [2031137.eric@uib.edu](mailto:2031137.eric@uib.edu)<sup>2</sup>

### Abstrak

Pemasaran digital seiring berjalannya waktu sangat berkembang pesat pada teknologi komputer. Pemasaran digital banyak sekali digunakan sebagai tempat untuk dunia bisnis, contohnya video *company profile*, brosur, spanduk, *banner* dan lain-lain. Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan promosi sebuah produk menggunakan media digital dan internet yang dapat menarik perhatian seluruh rakyat Indonesia. Penerapan pemasaran digital pada perusahaan sudah banyak dilakukan untuk mempromosikan suatu perusahaan. Pada perancangan ini penulis akan menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) yang terdiri dari beberapa tahapan. Dalam pembuatan video *company profile* penulis akan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro dan After Effects. Pada hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam membuat video *company profile* yang bertujuan untuk membantu PT. Multi Sarana Sukses dalam mempromosikan usahanya dan juga memperkenalkan pelayanan jasa apa saja yang tersedia pada PT. Multi Sarana Sukses.

### Abstract

*Digital marketing over time is growing rapidly in computer technology. Digital marketing is widely used as a place for the business world, for example company profile videos, brochures, banners, banners and others. Digital marketing is an activity to promote a product using digital media and the internet that can attract the attention of all Indonesian people. The application of digital marketing in companies has been done a lot to promote a company. In this design, writer will use the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method which consists of several stages. In making company profile videos, researchers will use Adobe Premiere Pro and After Effects applications. In the results of this company profile video writer aims to help PT Multi Sarana Sukses in promoting its business and also introducing what services are available at PT Multi Sarana Sukses.*

**Keywords:** Video Profile, Digital Marketing, MDLC, Services

### Pendahuluan

Pada era perkembangan teknologi informasi, sangat banyak sekali orang menggunakan bantuan teknologi sebagai media promosi. Multimedia merupakan cara yang tepat untuk mempromosikan produk kepada masyarakat, sehingga dapat diartikan sebagai penggabungan antara video, audio, dan teks melalui komputer. Pada masa sekarang ini, masyarakat banyak sekali mendapatkan informasi dengan cepat pada era digital. Kebanyakan masyarakat sering melihat *gadget* untuk melihat video berupa promosi yang dapat membuat ketertarikan terhadap suatu produk yang

disampaikan pada video tersebut. Penggunaan video *company profile* dalam menyampaikan sebuah informasi lebih mudah dimengerti oleh penonton dikarenakan penyederhanaan informasi yang terkandung dalam video *company profile*. Tujuan dari kegiatan ini adalah membuat video *company profile* pada PT. Multi Sarana Sukses agar dapat dikenal oleh masyarakat luas (H et al., 2022).

PT. Multi Sarana Sukses merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa penggandaan dokumen yang memberikan pelayanan yang terbaik dari segi kerapian pengerjaan, kecepatan maupun keramahan.

PT. Multi Sarana Sukses berdiri sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Bapak Salam. Tujuan dari membuka usaha ini agar masyarakat mudah mencari tempat fotokopi dikarenakan pada zaman itu mesin fotokopi sangat mahal sekali dan membutuhkan biaya yang cukup besar. Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini memiliki penurunan pendapatan dikarenakan semakin canggihnya teknologi yang membuat perusahaan ini mengalami kerugian yang cukup besar.

PT. Multi Sarana Sukses berdiri sejak tahun 2005 yang berlokasi di Komp. Rezeki Graha Mas deretan Edukits Batam. Perusahaan ini melayani jasa seperti fotokopi, jilid buku, *laminating*, binding, print dan lain-lain. Tidak hanya itu, perusahaan ini juga menjual barang elektronik seperti mesin fotokopi, *toner printer*, *time recorder*, *laminating machine*, dan lain-lain. Kebutuhan ini biasanya banyak sekali dicari dikalangan perusahaan. Perusahaan ini juga melayani jasa *service* mesin fotokopi yang rusak.

PT. Multi Sarana Sukses sudah melayani *service* lebih dari 10 tahun. Perusahaan ini sejauh ini sangat berjalan bagus sekali dari segi pendapatan dan selalu mendapat *feedback* yang sangat bagus serta merupakan jasa pelayanan yang sangat memenuhi *standard*. PT. Multi Sarana Sukses ini memiliki visi dan misi ingin memberikan pelayanan yang memuaskan untuk *customer* agar mereka dapat datang kembali dan juga memercayai perusahaan ini untuk memperbaiki barang yang rusak.

Seiring berjalannya waktu, perusahaan yang melayani jasa *service* sangatlah banyak ditemukan dikalangan masyarakat. Banyak sekali pesaing yang memberikan harga yang sangat murah, sehingga warga berbondong-bondong untuk menggunakan jasa perusahaan lain. Oleh karena itu, PT. Multi Sarana Sukses ingin mengembangkan perusahaan mereka dengan menggunakan *video company profile* sebagai media promosi (Suripatty, 2022).

*Video company profile* ini dapat

membantu perusahaan memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat yang ingin mengetahui apa kelebihan dari perusahaan tersebut. *Video company profile* ini juga digunakan sebagai pengenalan perusahaan dan produk agar masyarakat dapat mengetahui bahwa perusahaan ini tidak hanya melayani jasa *service* mesin fotokopi, melainkan juga menjual produk seperti mesin fotokopi, *fingerprnt*, mesin *laminating*, dan lain-lain.

Dalam hal ini, peran penting *video company profile* tidak diabaikan, dikarenakan pada zaman sekarang ini media informasi berkembang sangat pesat dalam menyampaikan informasi. Media promosi ini akan menjadi kunci dalam menghubungkan perusahaan dengan masyarakat yang lebih luas. Dengan strategi ini perusahaan mampu membawa pesan dan nilai-nilai dari perusahaan kepada masyarakat. PT. Multi Sarana Sukses akan terus menunjukkan pelayanan mereka yang terbaik bagi setiap pelanggan, menjaga hubungan, dan tumbuh sebagai perusahaan yang akan terus berkembang di era teknologi ini (Ernawati, 2022).

### Masalah

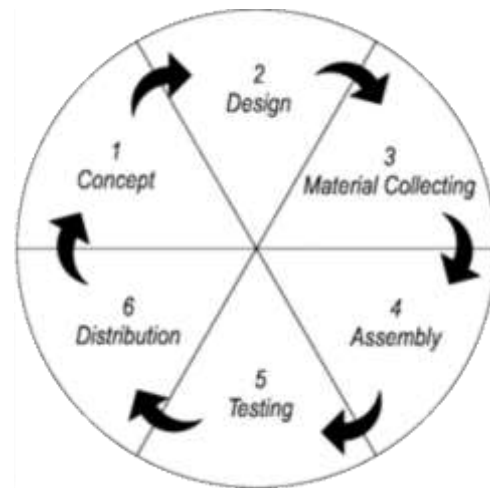
Saat ini perkembangan teknologi sangat berkembang sangat pesat, banyak sekali teknologi yang sangat mempermudah masyarakat dalam membantu menyelesaikan masalah yang sering dialami. Teknologi memiliki dampak besar terhadap perusahaan yang bergerak dibidang jasa, sehingga memerlukan perombakan baru agar mitra dapat bertahan yaitu melalui *video company profile*. *Video company profile* digunakan sebagai media promosi perusahaan terhadap masyarakat. Dengan memanfaatkan media untuk melakukan pemasaran produk yang lebih efektif. Fungsi dari *video company profile* ini dapat menjadi jalur mempromosikan sebuah perusahaan agar sebuah perusahaan tertarik terhadap video tersebut dan dapat menjalin hubungan kerjasama antar perusahaan (Mulyani et al., 2020).

Dengan adanya video *company profile* ini dapat menyampaikan kepada penonton apa saja yang bisa dilakukan perusahaan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Selain sebagai media promosi, video *company profile* ini juga bisa menjadi media informasi terhadap pelayanan apa saja yang ada di perusahaan tersebut dan barang apa saja yang dijual perusahaan agar penonton tahu produk apa saja yang bisa dibeli maupun diperbaiki, sehingga dapat mengetahui informasi-informasi penting pada video *company profile* yang dapat menarik perhatian masyarakat dalam pelayanan jasa perusahaan mesin fotokopi dan lain-lain.

Video *company profile* banyak sekali digunakan pada perusahaan dikarenakan video *company profile* merupakan pengenalan perusahaan dan abstrak singkat mengenai profil perusahaan yang akan ditawarkan pada pelanggan. Dengan adanya video *company profile*, perusahaan tidak perlu lagi menjelaskan satu-satu kepada pelanggan cukup memberikan file video *company profile* dan video akan menjelaskan secara singkat mengenai profil perusahaan. Dengan video *company profile* dapat menjadi alat untuk berbicara kepada pelanggan tanpa kata-kata. Video *company profile* sangat penting sekali dalam meningkatkan penjualan perusahaan dikarenakan pelanggan tahu perusahaan menjual dan melayani jasa apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan dan juga dengan adanya video *company profile* sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan perusahaan kepada kalangan masyarakat (Mahardika & Soewito, 2021)

### Metode

Dalam pembuatan video *company profile*, penulis akan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) (Sabbihatul Mustaghfaroh et al., 2021).



Gambar 1. Tahapan Metode MDLC

Berikut terdapat 6 (enam) tahapan kegiatan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang dilakukan penulis, yaitu:

1. Konsep (*Concept*)  
Pada tahapan ini akan dilakukan penentuan tujuan dan konsep media promosi melalui video *company profile*, agar pesan dapat tersampaikan terhadap penonton (Solehatin et al., 2023).
2. Desain (*Design*)  
Pada tahapan ini akan dibuatkan sebuah *storyboard* untuk membuat alur pembuatan video *company profile* agar dapat mengetahui hasil akhir dari visualisasi yang dikerjakan (Septian et al., 2021)
3. Pengumpulan Materi (*Material Collecting*)  
Pada tahapan ini akan melakukan pengumpulan bahan yang dibutuhkan dalam proyek yang akan dikerjakan berupa video, animasi logo, audio, dan lain-lain (Al., 2022)
4. Pembuatan (*Assembly*)  
Pada tahapan ini pembuatan video *company profile* akan dibuat dengan menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2022*. Video *company profile* akan di-export dalam bentuk file MP4.
5. Pengujian (*Testing*)  
Pada tahapan ini video

*company profile* tersebut akan dikirimkan kepada atasan perusahaan untuk dinilai apakah sesuai dengan yang mereka inginkan. Jika masih belum memuaskan atasan perusahaan, maka akan dilakukan revisi sampai dengan kemauan atasan perusahaan.

6. Distribusi (*Distribution*)

Hasil video *company profile* akan dipromosikan kepada masyarakat setempat menggunakan *flashdisk* untuk mempromosikan perusahaan tersebut.

**Pembahasan**

Pada penggunaan metode MDLC, pada perancangan video *company profile* pada PT. Multi Sarana Sukses terdapat 6 tahapan yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Konsep (*Concept*)

Perancangan video *company profile* ditujukan kepada masyarakat yang memiliki permasalahan dalam menggunakan pelayanan jasa pada mesin fotokopi dan video *company profile* ini bertujuan untuk membantu dan memudahkan perusahaan dalam mempromosikan pelayanan yang tersedia pada perusahaan melalui *flashdisk*.

2. Desain (*Design*)

Pada tahapan ini akan digunakan perancangan *storyboard*. Ringkasan *storyboard* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. *Storyboard*

No	Rencana Shooting	Posisi Shooting
1	2023-5-15	Merancang <i>Intro Logo</i> perusahaan dan <i>Essential Graphic name tag</i> untuk memberitahu jasa apa saja

2	2023-5-27	Pengambilan video <i>took</i> perusahaan dengan menggunakan <i>b-roll</i> untuk pelengkap video <i>company profile</i>
3	2023-6-03	Pengambilan proses jasa <i>laminating</i> dan <i>fotocopy</i> dan lain-lain untuk menjelaskan bentuk jasa apa yang tersedia di perusahaan
4	2022-6-7	Pengambilan video pada gudang perusahaan untuk mengambil video memperbaiki mesin fotokopi

3. Pengumpulan Materi (*Material Collecting*)

Pada tahapan ini penulis akan melakukan pertemuan dengan pemilik perusahaan untuk meminta izin melakukan proses perekaman sebanyak-banyaknya untuk keperluan pengeditan video. Setelah diberikan izin oleh pemilik perusahaan, maka akan dilakukan pengumpulan *footage* video yang akan diambil di tempat perusahaan dan diawasi oleh pihak perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengawasi penulis. Pada tahapan ini, penulis mencari *angle* kamera yang dibutuhkan untuk membuat video *company profile*.



Gambar 2. Proses Pengambilan Video

Setelah melakukan proses pengambilan video, penulis akan melihat hasil *footage* video yang sudah diambil apakah sudah bisa dipakai dan juga akan melakukan pengambilan *footage* minimal 50 *footage* video agar dapat menyampaikan pesan melalui video *company profile* informasi apa saja yang terkumpul.

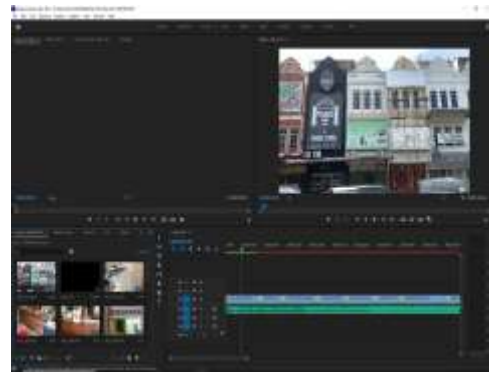


Gambar 3. Footage Video

#### 4. Pembuatan (Assembly)

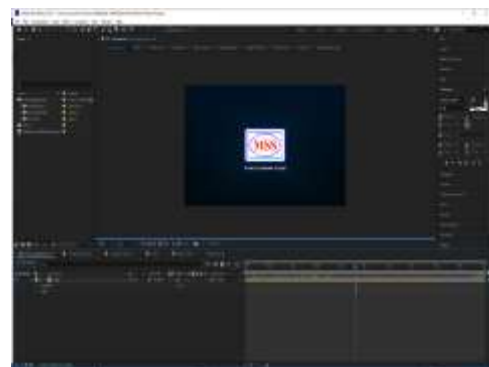
Pada tahapan ini akan membuat penggabungan video *company profile* yang telah dikumpulkan pada tahapan sebelumnya dengan izin perusahaan dan memilih beberapa *footage* yang dapat dipakai pada proses pembuatan video *company profile* dengan

menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2022*.



Gambar 4. Penggabungan Video

Setelah melakukan penggabungan *footage*, penulis akan menggunakan aplikasi *Adobe After Effect 2022* untuk membuat *opening* logo perusahaan dengan menggunakan *effect logo reveal After Effect* dengan bantuan dari referensi Youtube agar mempermudah pekerjaan penulis.



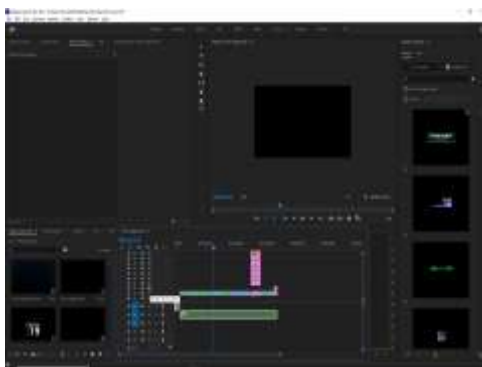
Gambar 5. Opening Logo

Setelah membuat *opening* logo dengan menggunakan aplikasi After Effect, penulis akan melakukan pencarian audio yang akan digunakan pada video *company profile* yang bertujuan untuk menambahkan *background* video agar video *company profile* tidak terlihat kaku pada *background music company profile*.



Gambar 6. Pencarian BGM

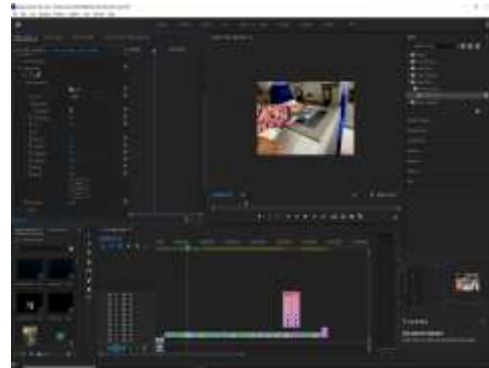
Penulis akan melakukan pencarian *background music* dengan bantuan Youtube untuk mencari audio yang cocok digunakan pada video *company profile* dan *download background music* yang akan di-*import* ke *project* Adobe Premiere Pro 2022 dan dimasukkan kedalam *sequence*.



Gambar 7. Penggabungan BGM

Setelah mencari BGM pada video *company profile*, penulis akan melakukan *color grading* pada video tersebut, dikarenakan pada *footage* video yang sudah terkumpul pada pengambilan warna pada video masih kurang bagus. Oleh sebab itu, akan dilakukan perubahan sedikit warna *footage* dengan menggunakan tools lumetri color untuk melakukan *color grading* pada Adobe Premiere Pro 2022 dan pada proses *color grading* ini akan digunakan *basic correction* saja karena pada *footage* video tidak perlu menggunakan *color grading* yang terlalu berlebihan hanya sedikit tambahan koreksi warna pada *footage*

video dengan menurunkan *blacks* dan *shadow*, menaikkan *whites*, dan *brighthness* pada masing-masing video sesuai dengan kenyamanan mata penulis.



Gambar 8. Color Grading

Pada tahapan akhir, video *company profile* ini akan dilakukan video akhir yang berupa informasi perusahaan seperti nomor telepon, alamat email, dan alamat perusahaan sesuai dengan permintaan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk media promosi dan dapat menarik perhatian pelanggan, kemudian mencari informasi atau nomor mana yang dapat dihubungi pelanggan untuk dapat menggunakan pelayanan jasa yang disediakan perusahaan. Berikut hasil gambaran pembuatan media informasi perusahaan.



Gambar 9. Informasi Perusahaan

##### 5. Pengujian (*Testing*)

Pada tahapan ini, video *company profile* yang sudah jadi dan sudah di-*export* ke format file mp4 akan diberikan melalui *flashdisk* dan

akan di-review oleh wakil direktur dan karyawan disana. Mereka akan menilai hasil video *company profile* apakah sesuai dengan apa yang mereka mau. Jika video *company profile* masih belum memuaskan mereka, maka akan dilakukan revisi sampai dengan pemilik perusahaan menyetujui hasil video *company profile*. Karyawan perusahaan sangat merasa kurang dalam video tersebut, dikarenakan kurangnya pengenalan produk. Mereka ingin ada tambahan *featured product* produk yang mereka jual dikarenakan mereka bukan hanya melayani jasa melainkan menjual produk seperti mesin fotokopi, *fingerprint* mesin laminating, dan lain-lain.



Gambar 9. Revisi Video

Setelah penulis melakukan sedikit revisi pada video *company profile*, penulis akan pergi lagi ke perusahaan dengan membawa *flashdisk* dan akan di-review oleh karyawan perusahaan. Setelah melihat video tersebut karyawan disana menerima hasil dari video *company profile* dengan sangat baik.



Gambar 9. Review Video

#### 6. Distribusi (*Distribution*)

Hasil video *company profile* akan di-export dengan *file render high quality* agar penonton nyaman menonton video *company profile* tersebut dan *opening logo* akan dikirimkan ke perusahaan agar bisa digunakan lagi untuk video selanjutnya dalam bentuk file mp4 secara terpisah. Setelah semua sudah dimasukkan ke *flashdisk*, penulis akan ke perusahaan untuk memberikan *flashdisk* ke perusahaan dan perusahaan yang akan membagikan. Wakil direktur perusahaan melalui *flashdisk*, akan mengirimkan kepada pelanggan-pelanggan perusahaan.

#### Kesimpulan

Pada pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan perusahaan dengan menggunakan video *company profile* ini sangat bermanfaat bagi perusahaan dan juga dapat memperkenalkan pelayanan yang disediakan sebuah perusahaan melalui sosial media agar meningkatkan mutu perusahaan dalam membantu masyarakat dalam mempermudah pekerjaan masyarakat.

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam membangkitkan perusahaan dari ketepurukan. Video ini bertujuan untuk menginformasikan seputar perusahaan PT. Multi Sarana Sukses. Dalam perancangan ini, penulis

menggunakan metode MDLC. Penulis sangat berterima kasih kepada mitra perusahaan PT. Multi Sarana Sukses yang telah memberikan tempat untuk melakukan pengabdian ini tentang perancangan video *company profile* pada PT. Multi Sarana Sukses.

Pada pengabdian ini, dari proyek perancangan video *company profile* pada PT. Multi Sarana Sukses menggunakan *Adobe Premiere Pro* dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengabdian kepada masyarakat di PT. Multi Sarana Sukses menghasilkan sebuah video *company profile* perusahaan yang memiliki durasi 3 menit 41 detik.
2. Video *company profile* PT. Multi Sarana Sukses yang telah dibuat oleh penulis akan disimpan ke *flashdisk* dan akan diberikan kepada perusahaan agar perusahaan dapat menyebarkan video tersebut kepada pelanggan perusahaan sebagai informasi perusahaan
3. Video *company profile* yang sudah dirancang sesuai dengan persetujuan awal mitra dengan beberapa perubahan tambahan *product* perusahaan.

#### Daftar Pustaka

- Al., W. et. (2022). Kombinasi Model R & D dan MDLC pada Media Pembelajaran Interaktif Berbasis WEB The Combination of R & D and MDLC Models in WEB - Based Interactive. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 11(September), 713–723.
- Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 18(2), 139–152. <https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324>
- H, M. R., Butsiarah, B., Ikhsan, A. N., & Mursalim, M. (2022). Konstruksi Storyline Sebagai Strategi Komunikasi Company Profile PT. Aliyah Perdana Wisata. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 67–73. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.777>
- Mahardika, V. P., & Soewito, B. M. (2021). Perancangan Video Motion Graphic Infografis Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Pantai Pacitan Melalui Youtube. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 91–98. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60075>
- Mulyani, D. C., Pujiyanto, P., & Nurfitri, R. (2020). Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Bondowoso Sebagai Media Promosi. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(01), 20–25. <https://doi.org/10.32664/mavis.v2i01.479>
- Sabbihatul Mustaghfaroh, K., Nonggala Putra, F., & Sekar Ajeng Ananingtyas, R. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan MDLC Interactive learning media development with MDLC for subject material and change in nature. *JACIS: Journal Automation Computer Information System*, 1(2), 100–109. <https://doi.org/10.47134/jacis.v1i2.22>
- Septian, D., Fatman, Y., Nur, S., Islam, U., & Bandung, N. (2021). Implementasi Mdlc (Multimedia Development Life Cycle) Dalam Pembuatan Multimedia Pembelajaran Kitab Safinah Sunda. *Jurnal Computech & Bisnis*, 15(1), 15–24.
- Solehatin, S., Aslamiyah, S., Pertiwi, D. A. A., & Santosa, K. (2023). Augmented reality development using multimedia development life cycle (MDLC) method in learning media. *Journal of Soft Computing Exploration*, 4(1), 31–38.



<https://doi.org/10.52465/josce.v4i1.118>

Suripatty, A. A. (2022). Pembuatan Video Animasi Sebagai Media Promosi Jasa Agen Bni 46 Dengan Menggunakan Adobe Animate Dan Adobe Premiere Pro. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.24>