

## Perancangan dan Implementasi *Video Company Profile* Pada PT. Leegatama Anta Raya

Kusnan<sup>1</sup>, Bayu Syahputra<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam

e-mail: 2031142.kusnan@uib.edu<sup>1</sup>, bayu@uib.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

PT. Leegatama Anta Raya merupakan salah satu *distributor* Philips Home Lighting dan Schneider Electric di kota Batam yang sudah berdiri sejak tahun 2015. Perusahaan ini menyediakan berbagai produk-produk lampu dan alat elektrikal, yang memiliki banyak *type* untuk masing-masing produk. Tujuan dari pengaduan kepada masyarakat ini adalah untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh PT. Leegatama Anta Raya yaitu merancang sebuah *video company profile* untuk mendapatkan sebuah video sebagai media pemasaran produk-produknya. Perancangan proyek ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada pihak perusahaan dan untuk alat yang digunakan dalam perancangan proyek ini adalah kamera Sony DSC RX100 M-III dan *software* Wondershare Filmora X. Hasil dari proyek ini telah diterima baik oleh pihak perusahaan. Luaran dari *video company profile* yang telah dibuat berdurasi 2 menit dengan berisikan informasi tentang perusahaan dan produk-produk yang dimilikinya.

### Abstract

*PT. Leegatama Anta Raya is a distributor of Philips Home Lighting and Schneider Electric in Batam city which has been established since 2015. This company provides a variety of lighting products and electrical devices, which have many types for each product. The purpose of this society services is to solve the problems faced by PT Leegatama Anta Raya, namely designing a company profile video to get a video as a marketing medium for its products. The design of this project was carried out by observing and interviewing the company and the tools used in designing this project were the Sony DSC RX100 M-III camera and Wondershare Filmora X software. The results of this project were well received by the company. The output of the company profile video that has been made is 2 minutes long which contains information about the company and the products it has*

**Keywords:** *Product, Video Company Profile, Philips Home Lighting, Schneider Electric*

### Pendahuluan

PT. Leegatama Anta Raya merupakan salah satu *distributor* Schneider Electric dan Philips Home Lighting yang berada di kota Batam tepatnya berlokasi di Nagoya. PT. Leegatama Anta Raya sudah berdiri sejak 21 Agustus 2015. Perusahaan ini menjual berbagai produk Schneider Electric dan Philips Home Lighting untuk *schneider* mempunyai berbagai macam produk seperti saklar, stop kontak, MCB, *contactor*, dan berbagai alat elektrik lainnya. Untuk produk dari Philips Home Lighting ada bola lampu, lampu taman,

*downlight, floodlight*, dan berbagai produk lampu lainnya.

Video adalah sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang bersifat fakta atau fiktif, informatif, dan edukatif. Video dapat menjelaskan suatu kejadian ataupun proses seperti dalam bentuk teks dan gambar, kombinasi antara video dan audio lebih efektif dan lebih cepat dalam penyampaian pesan. Namun, video juga memiliki kekurangan yaitu memerlukan waktu yang cukup panjang pada saat proses pembuatannya, dalam pembuatan video juga harus membutuhkan

alat yang memadai sehingga membutuhkan biaya yang cukup besar (Apriansyah dkk., 2020).

Pengertian *company profile* merupakan sebuah produk relasi publik yang menyampaikan gambaran umum terhadap sebuah perusahaan, instansi, ataupun sebuah organisasi yang memiliki tujuan untuk dapat menciptakan kepuasan terhadap publik tentang informasi perusahaan dan aktivitas yang dijalani oleh perusahaan tersebut. Adapun fungsi utama dari *company profile* yaitu a) *company profile* dapat memberikan gambaran umum tentang informasi perusahaan seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta hal umum tentang perusahaan, b) *company profile* juga sebagai media *branding* dalam meningkatkan nilai dari sebuah perusahaan, c) sebagai alat media pemasaran yang dibagikan kepada calon pelanggan yang memiliki potensial (Abdulhafizh & Djatiprambudi, 2020).

Video *company profile* merupakan sebuah media yang bertujuan untuk menginformasikan sesuatu yang berhubungan dengan perusahaannya. Informasi yang terdapat dalam sebuah video *company profile* tersebut dapat berupa pencapaian yang telah di capai, sejarah dari perusahaannya, dan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Rimayanti dkk., 2019).

Fungsi dengan adanya video *company profile* ini sebagai salah satu media dalam promosi dan informasi dengan menawarkan jasa atau produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan (Jasmine & Loen, 2020). Pada saat ini perkembangan dalam video *company profile* memiliki potensi yang cukup efektif dalam menyampaikan tentang informasi perusahaan kepada masyarakat dan calon pelanggan (Pratama & Junianto, 2022). Ada juga pengembangan video *company profile* yang harus diterapkan berdasarkan lima dasar yaitu terlihat akan lebih menarik, penyampaian terhadap media informasi yang lebih efisien, banyak ruang untuk

kreatifitas, dapat meningkatkan nilai-nilai *image* pada perusahaan, serta dapat dibagikan ke berbagai *platform*. Dari lima dasar tersebut, video *company profile* menjadi salah satu media pemasaran dalam dunia digital yang sangat berpotensi akan membangun terhadap merek dari suatu *brand* perusahaan (Sari dkk., 2022).

### Masalah

Permasalahan yang dialami oleh PT. Leegatama Anta Raya adalah belum adanya video *company profile* yang digunakan untuk sebagai sarana pemasaran atau media promosi untuk menawarkan produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan ini yang akan nantinya di unggah ke *platform* Youtube dan dibagikan kepada pihak perusahaan.

### Metode

Metode pengumpulan data yang digunakan pada kegiatan pelaksanaan proyek ini adalah menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui kondisi yang sedang dihadapi oleh mitra sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut (Nurfadhillah dkk., 2022) observasi merupakan cara mengumpulkan data-data keterangan atau sama dengan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan pencatatan secara sistematis.

#### 2. Wawancara

Menurut (Ahsanulkhqa, 2019) wawancara adalah sebuah teknik penelitian yang dilakukan dengan cara berdialog secara langsung maupun tidak langsung (bertatap muka) atau melalui media tertentu antara pewawancara dengan yang diwawancarai sebagai sumber datanya.

Dalam perancangan video *company profile* untuk PT. Leegatama Anta Raya akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yakni:

### 1. **Pre-Production**

Pada tahap pertama ini berisi tentang pengumpulan data terhadap perusahaan dengan mengumpulkan informasi perusahaan yang akan diimplementasikan ke proyek ini. Kemudian merancang konsep pembuatan video dan perancangan ide yang akan diimplementasikan untuk merancang video *company profile*, setelah perancangan konsep sudah selesai, maka tahap selanjutnya akan diteruskan kepada pihak perusahaan mengenai kebutuhan konsep yang diminta oleh pihak perusahaan.

### 2. **Production**

Pada tahap selanjutnya yaitu production yang dimana akan dilakukan *video shooting* sesuai dengan konsep yang telah disetujui oleh pihak perusahaan pada tahap sebelumnya. Untuk peralatan yang akan digunakan dalam *video shooting* adalah menggunakan perangkat kamera yaitu *Sony RX100 MIII*.

### 3. **Post-production**

Pada tahap ini semua *footage* video yang telah direkam pada tahap sebelumnya akan dilakukan "Pemilihan *Footage*" dan digabung menjadi sebuah video *company profile* melalui proses *rendering* menggunakan *software* Filmora X Wondershare. Setelah perangkaian video selesai, maka akan diteruskan kepada pihak perusahaan untuk dicek kembali jika ada keperluan tambahan untuk direvisi.

### 4. **Implementasi dan Evaluasi**

Video *company profile* yang telah selesai dirancang dan disetujui oleh pihak perusahaan dan dosen pembimbing, maka selanjutnya akan diimplementasikan dengan meng-*upload* video tersebut ke *platform* media yaitu Youtube. Setelah pengimplementasian tersebut selesai dilaksanakan, maka akan

dilakukan evaluasi terhadap kinerja selama pengabdian kepada masyarakat agar kedepannya kinerja yang dapat diberikan lebih efisien dari sebelumnya.

## **Pembahasan**

Berikut tahap perancangan video *company profile* yang dilakukan penulis sebagai berikut:

### 1. **Pre-Production**

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data terhadap perusahaan dengan metode observasi dan wawancara. Penulis melakukan wawancara kepada direktur perusahaan untuk mengumpulkan informasi-informasi tentang perusahaan.

Kemudian setelah mendapatkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, maka penulis mulai merancang konsep sederhana dengan memaparkan apa saja yang perlu disampaikan dalam video *company profile* yang akan dibuat. Penulis melakukan persiapan *video shooting* dengan menentukan waktu yang tepat dan juga keadaan yang memungkinkan. Penulis juga menyiapkan alat yang akan digunakan pada saat pengambilan video yaitu kamera mirrorless (Sony DSC RX100 M-III), laptop dengan sebuah *software editing* yaitu Wondershare Filmora X.

### 2. **Production**

Dengan segala persiapan yang telah dilakukan, maka penulis akan melakukan *video shooting* di lokasi yaitu PT. Leegatama Anta Raya. Pada saat pengambilan video yang pertama, penulis mulai melakukan *shooting* ke bangunannya terlebih dahulu dengan *angle* dari atas ke bawah. Adapun hambatan yang terjadi pada saat itu adalah kondisi cuaca yang kurang mendukung dikarenakan hal itu, maka proses *shooting* pertama sedikit terhambat. Penulis menunggu

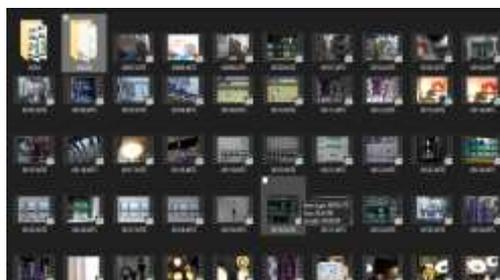
beberapa saat untuk melihat kondisi kedepannya, setelah berlalunya kondisi cuaca yang kurang mendukung maka penulis melanjutkan *shooting* pertama yaitu video bangunan dari PT. Leegatama Anta Raya ini. Penulis juga melakukan *shooting* terhadap bangunan ini menggunakan *angle zoom out* yang nantinya akan digunakan pada saat penutupan video (*closing*).

Pada *shooting* kedua, penulis melakukan *shooting* arah masuk ke dalam bangunan dengan *angle forward* menuju ke sebuah produk yang terletak ditengah, lalu dilakukan *shooting* produk yang berada di tengah dengan teknik *angle* dekat lalu *slide* kearah kanan. Kemudian, dilanjutkan *shooting* ke produk-produk yang ada di sekitar seperti lampu-lampu yang memiliki banyak jenis seperti lampu hias, lampu dinding, lampu jalan, lampu rumah, dan lain sebagainya. Proses *shooting* ini dilakukan beberapa kali karena penulis juga menentukan *footage* mana yang akan cocok pada saat *post production* nantinya.

Pada video *shooting* selanjutnya yaitu yang ketiga penulis melakukan *video shooting* untuk jenis produk elektrikal yaitu Schneider Electric dengan *angle* atas ke bawah. Kemudian, untuk *shooting* selanjutnya menggunakan *angle* tetap (tidak bergerak), ada beberapa *footage* tambahan yang dikumpulkan untuk dipilih oleh penulis pada saat *post-production*.



Gambar 1. Dokumentasi Pada Saat Melakukan Video Shooting



Gambar 2. Tampilan Hasil Footage yang Telah Di Dapatkan

Setelah penulis sudah mengumpulkan semua *footage* sesuai dengan konsepnya, maka tahap selanjutnya penulis akan melakukan *editing* dengan menggunakan sebuah laptop Acer Aspire E14 dan sebuah *software editing* yaitu Wondershare Filmora X.

### 3. *Post- Production*

Pada tahap ini penulis akan mengumpulkan semua *footage* yang sudah ada kedalam satu folder, sehingga lebih mudah saat melakukan *editing*. Satu folder tersebut akan di *import* ke dalam *software editing* yaitu Wondershare Filmora X untuk dilakukan pemilihan *footage* yang tepat. Penulis mulai

membuat *intro* sederhana dengan sebuah logo perusahaan.



**Gambar 3.** Tampilan *Intro*

Ini adalah tampilan *intro* yang dibuat oleh penulis dengan durasi sekitar 5 detik. Kemudian, penulis memasukkan *footage-footage* yang sudah dipilih oleh penulis untuk di gunakan pada saat *editing*.



**Gambar 4.** Judul Video *Company Profile*

Ini merupakan *footage* awal setelah *intro* yang dimana merupakan *footage* bangunan yang berdurasi sekitar 10 detik, dengan menampilkan teks nama perusahaan dan bergerak dibidangnya pada bagian pojok bawah kiri lalu dilanjutkan ke *footage* selanjutnya dengan efek transisi berputar. Berikut *footage* selanjutnya yang di tampilkan:



**Gambar 5.** Tampilan Produk Philips Home Lighting

Tampilan ini menunjukkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan durasi sekitar 5 detik lalu dilanjutkan ke video berikutnya.



**Gambar 6.** Tampilan Produk Philips Home Lighting

Tampilan ini menunjukkan produk Philips Home Lighting dengan durasi sekitar 10 detik ditambah informasi mengenai sejarah tahun perusahaan ini berdiri lalu dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 7.** Tampilan Produk Philips Home Lighting

Tampilan ini menunjukkan produk Philips Home Lighting dengan durasi sekitar 10 detik ditambah informasi mengenai alamat perusahaan dengan tipe teks jenis *subtitle*, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 8.** Lampu Gantung

Tampilan ini menunjukkan produk Philips Home Lighting yaitu lampu gantung dengan durasi sekitar 10 detik ditambah informasi mengenai jam operasional perusahaan dengan jenis teks *subtitle*, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 9.** Lampu Sorot/Floodlight

Tampilan ini menunjukkan produk Philips Home Lighting yaitu lampu sorot dengan tipe yang berbeda dengan durasi sekitar 25 detik ditambah informasi mengenai produk apa saja yang ditawarkan perusahaan dan juga jenis-jenis produknya, dengan tipe teks jenis *subtitle*, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 10.** Ecolink

Tampilan ini menunjukkan produk *ecolink* dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai nama produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 11.** Ecolink

Tampilan ini menunjukkan produk *ecolink* dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai jenis produk *ecolink* yang ada, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi berputar.



**Gambar 12.** Schneider

Tampilan ini menunjukkan produk *schneider* dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai nama produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* melengkung.



**Gambar 13.** Produk Schneider Saklar & Stop Kontak

Tampilan ini menunjukkan produk *schneider* dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai nama produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* melengkung.



Gambar 14. MCB Schneider

Tampilan ini menunjukkan produk *schneider* yaitu MCB dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai nama produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* cepat.



Gambar 15. Produk Harmony Schneider

Tampilan ini menunjukkan produk *schneider* yaitu *Harmony* dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai jenis produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* melengkung.



Gambar 16. MCCB Schneider

Tampilan ini menunjukkan produk *schneider* yaitu MCCB dengan durasi sekitar 5 detik ditambah teks mengenai jenis produk, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* melengkung.



Gambar 17. Bagian Lantai 2 Bangunan Perusahaan

Tampilan ini menunjukkan bagian dari lantai 2 dengan durasi sekitar 10 detik ditambah teks mengenai produk lainnya yang dimiliki perusahaan, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* melengkung.



Gambar 18. Bangunan PT. Leegatama Anta Raya

Tampilan ini menunjukkan bangunan bagian luar dengan durasi sekitar 5 detik, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* cepat.



Gambar 19. Informasi Perusahaan

Tampilan ini menunjukkan informasi mengenai perusahaan sekitar 5 detik, kemudian dilanjutkan ke video berikutnya dengan efek transisi *zoom* cepat.

Setelah semua bagian video telah dimasukkan dan ditambahkan efek transisi dan juga teks mengenai informasi perusahaan, selanjutnya memasukkan beberapa *sound effect*

yang saya dapatkan dari *software editing*-nya dan penulis juga menambahkan *background music*-nya supaya dalam video tidak terlalu hening.

#### 4. *Evaluation*

Berdasarkan hasil video *company profile* yang telah dirancang menggunakan *software* Filmora Wondershare X, penulis telah menyelesaikan proses *rendering* terhadap hasil dan luaran yang sudah dirancang dan selanjutnya akan diberikan kepada pihak perusahaan yaitu Direktur Perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan pertumbuhan terhadap pengenalan perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat ataupun pelanggan.



**Gambar 20.** Kamera Sony DSC RX100 M-III

Alat yang digunakan pada saat perancangan ini adalah kamera mirrorless yaitu Sony DSC RX100 M-III



**Gambar 21.** *Software Editing* Wondershare Filmora X

*Software* yang digunakan oleh penulis untuk melakukan pengeditan proyek video ini adalah Wondershare Filmora X. Wondershare Filmora X merupakan *software edit* video di PC yang disediakan khusus untuk para

pemula. Penulis menggunakan *software* ini karena didalamnya ada banyak sekali kemudahan yang telah disediakan dan juga penulis lebih sering menggunakan *software* ini dibandingkan *software editing* lainnya seperti Adobe Premiere Pro, Vegas, dan lain-lain.

Penulis telah menyelesaikan proyek dengan hasil sebuah video Pengenalan perusahaan (*company profile*). Pelaksanaan kegiatan tersebut dimulai dari 20 April 2023 sampai dengan 20 Juli 2023. Pembuatan *video company profile* tersebut menggunakan perangkat keras yaitu Laptop Acer Aspire. Implementasi ini dilakukan supaya PT. Leegatama Anta Raya dapat memperluas pengenalan terhadap perusahaannya dan produk-produknya kepada masyarakat atau pelanggan. Untuk proses pelaksanaan pengeditan videonya menggunakan *software* Wondershare Filmora X.

Kondisi setelah kegiatan implementasi *video company profile* pada PT. Leegatama Anta Raya merupakan pembuatan video sebagai salah satu media pengenalan supaya mempermudah dalam mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat atau pelanggan agar dapat mengetahui ada produk-produk apa saja yang ada di perusahaan tersebut. Hasil video tersebut di *upload* ke Youtube penulis dan diberikan kepada pihak perusahaan yakni Direktur. Setelah diimplementasikan, penulis mengucapkan rasa terima kasih karena telah memfasilitasi perancangan proyek ini dan berpamitan dengan pihak perusahaan.

#### **Simpulan**

PT. Leegatama Anta Raya merupakan salah satu *distributor* Philips Home Lighting dan Schneider Electric yang berdiri sejak tahun 2015, Lokasi

Perusahaan ini tepat berada di Komplek Sakura Anpan Blok E No.8 (Depan Lucky Plaza Nagoya) Batam. Penulis melakukan pengabdian kepada masyarakat kepada PT. Leegatama Anta Raya dengan merancang sebuah video *company profile*. Selama perancangan tersebut dimulai dari perancangan konsep, lalu selanjutnya dilakukan video *shooting* dengan menggunakan kamera mirrorless yaitu Sony DSC RX100 M-III, setelah mendapatkan *footage-footage* yang akan digunakan maka selanjutnya dilakukan pengeditan video menggunakan *software* Wondershare Filmora X dan setelah selesai diedit maka langsung di *export* menjadi sebuah video, dan akan dikirimkan kepada pihak PT. Leegatama Anta Raya untuk dilakukan pengecekan, setelah diterima maka akan di *upload* ke Youtube *channel* penulis.

Penulis memberikan saran kepada PT Leegatama Anta Raya yaitu, agar kedepannya dapat bertambah berbagai produk lainnya, supaya masyarakat atau pelanggan dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan prosedur yang ada di perusahaan. Pengabdian ini dilakukan untuk membantu pelaksana kedepannya sebagai sebuah referensi dalam perancangan *video company profile*.

#### Daftar Pustaka

- Abdulhafizh, luthfi ghiyats, & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(1), 114.
- Ahsanul Khaq, M. (2019). Membentuk Karakter Religius Peserta Didik Melalui Metode Pembiasaan. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 2(1). <https://doi.org/10.24176/jpp.v2i1.4312>
- Apriansyah, M. R., Sambowo, K. A., & Maulana, A. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal PenSil*, 9(1), 9–18. <https://doi.org/10.21009/jpensil.v9i1.12905>
- Jasmine, A. M., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry. *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2(2), 125–132.
- Nurfadhillah, S., Saridevita, A., Setiawan Adji, A., Ria Valentina, F., Wizy Astuty, H., Devita, N., & Destiyantari, S. (2022). Analisis Kesulitan Belajar Membaca (Disleksia) Dan Kesulitan Belajar Menulis (Disgrafia) Siswa Kelas I Sdn Tanah Tinggi 3 Tangerang. *MASALIQ: Jurnal Pendidikan dan Sains*, 2(1), 114–122.
- Pratama, J., & Junianto, K. (2022). Perancangan Dan Implementasi Video Profile Di Sekolah Sma Kartini Batam Menggunakan Metode MDLC. 4, 993–998. <http://dx.doi.org/10.37253/nacospro.v4i1.7066>
- Sari, R. P., Yulianti, F. D., & Pamungkas, R. I. K. (2022). Pengembangan Tampilan Video Company Profile Emaki AL MA'SOEM Tadabbur Alam. *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial dan Humaniora (ABSAN)*, 1(2), 34–43.
- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *It Journal Research and Development*, 3(2), 84–95. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499)