

Received : July 12, 2021
Accepted : July 18, 2021
Published : September 4, 2021

Conference on Business, Social Sciences and Technology
<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

Perancangan *Video Company Profile* Café 89 Degrees Coffee & Roastery

Deli¹, Tony Wirawan²

deli@uib.ac.id¹, 1831160.tony@uib.edu²

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstract

Cafe has been a chosen place especially for teenagers up to adults as a place to hangout and dine in. Numerous café established has made micro, small and medium enterprises competitions fiercer than ever, by café services to food menus. The importance of promotion can increased by promoting with mouth to mouth, up to promoting in social media to attract more people to visit the café. Promotion is a method to make consumer attention towards a brand or brand awareness. Therefore, micro, small, and medium enterprises must have a video media as a tool to promote its business. With company profile video to promote its business name towards people. This article explains the process of implementing Community Service Project by Universitas Internasional Batam student for 89 Degrees Coffee & Roastery café. Writer will develop company profile video as a tool that will be used as promotion on one of many social media which is Instagram, using cinematography technique. Writer expects after the implementation of producing a Company Profile Video will increase the popularity & the sales of 89 Degrees Coffee & Roastery café.

Keywords :

Cinematography, Company Profile Video, Multimedia

Abstrak

Café menjadi tempat pilihan masyarakat terutama remaja sampai dewasa sebagai tempat nongkrong dan makan. Banyaknya *café* yang berdiri membuat kompetisi usaha mikro menjadi ketat, baik dari pelayanan sampai ke menu makanan. Pentingnya promosi dapat ditingkatkan baik dari promosi mulut ke mulut dari masyarakat sampai ke promosi ke media sosial untuk menarik perhatian lebih ke masyarakat untuk mengunjungi *café* tersebut. Promosi merupakan cara untuk memberikan atau mendapatkan kesadaran konsumen terhadap sebuah *brand* atau *brand awareness*. Oleh karena itu sebuah UMKM sudah seharusnya memiliki media video sebagai sarana untuk mempromosikan usahanya. Dengan adanya *video company profile* untuk mempromosikan identitas atau pun nama UMKM tersebut ke orang banyak. Artikel ini menjelaskan proses implementasi proyek Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) oleh mahasiswa Universitas Internasional Batam jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer kepada *café* 89 Degrees Coffee & Roastery. Penulis akan merancang *video company profile* sebagai bahan yang akan di promosi pada salah satu media sosial yaitu Instagram, dengan menggunakan teknik sinematografi. Besar harapan penulis setelah terimplementasinya *video company profile* ini dapat lebih mengenalkan & peningkatan penjualan *café* 89 Degrees Coffee & Roastery.

Kata Kunci :

Sinematografi, *Video Company Profile*, Multimedia

Pendahuluan

Café menjadi tempat pilihan masyarakat terutama remaja sampai dewasa sebagai tempat nongkrong dan makan (Fauzi et al., 2017). Banyaknya *café* yang berdiri membuat kompetisi usaha mikro menjadi ketat, baik dari pelayanan sampai ke menu makanan. Pentingnya promosi dapat ditingkatkan baik dari promosi mulut ke mulut dari masyarakat sampai ke promosi ke media sosial untuk menarik perhatian lebih ke masyarakat untuk mengunjungi *café* tersebut (Nurul Fildzah & Dwi Mayangsari, 2018).

89 Degrees Coffee & Roastery adalah salah satu *café* yang terletak di kota Tanjungpinang, *Café* tersebut pertama kali dibuka pada tahun 2017, sampai sekarang mitra telah memiliki 2 cabang yang beroperasi dan 1 cabang yang sedang dibangun, Mitra beroperasi dari pukul 16:00-23:00 di cabang Jl. Rawasari No.22a, Kp. Bulang, Kec. Tanjungpinang dan dari pukul 09:00-23:00 di cabang Jl. Ir. Sutami No.21, Tj. Pinang Timur, Senin s/d Minggu dengan total 14 crew (ditambah dengan owner).

Pelaksanaan implementasi Kerja Praktek (KP) ini dilakukan oleh penulis di sebuah UMKM kota Tanjungpinang yaitu 89 Degrees Coffee & Roastery. Penulis memutuskan untuk memilih 89 Degrees Coffee & Roastery menjadi tempat untuk melakukan kerja praktik karena menyadari adanya kebutuhan promosi untuk *café* ini agar dapat meningkatkan angka minat masyarakat Tanjungpinang terhadap kopi. Sehingga penulis memutuskan untuk bekerja sama dengan membuat sebuah video *company profile* untuk *café* ini.

Promosi merupakan cara untuk memberikan atau mendapatkan kesadaran konsumen terhadap sebuah *brand* atau *brand awareness* (Hardiansyah & Soepeno, 2018). Oleh karena itu sebuah UMKM sudah seharusnya memiliki media video sebagai sarana untuk mempromosikan usahanya. Dengan adanya video *company profile* untuk mempromosikan identitas atau pun nama UMKM tersebut ke orang banyak. Video *company profile* merupakan sejarah dari sebuah perusahaan mulai dari pendirian, produk-produk yang dijual hingga elemen-elemen yang ingin diberitahukan ke orang banyak dalam bentuk audio visual ataupun video (Sari et al., 2021).

Pada latar belakang ini penulis sebagai mahasiswa Universitas Internasional Batam akan membuat video *company profile café* 89 Degrees Coffee & Roastery. Penulis ingin mengenalkan produk, suasana dan tempat yang dapat ditawarkan oleh *café* 89 Degrees Coffee & Roastery. Penulis akan merancang video dengan menggunakan teknik sinematografi dan *handheld*. Sinematografi merupakan teknik yang menggunakan perpaduan angle pengambilan gambar, komposisi gambar serta pencahayaan gambar sehingga membuat suatu karya artistik dalam bentuk video (Harahap, 2019). Teknik *handheld* adalah teknik merekam hanya dengan menggunakan tangan, tanpa alat stabilisasi, sehingga dapat pergerakan yang alami dan bisa membuat gerakan kamera yang tidak goyang (Novia Sari et al., 2020). Didalam video ini penulis akan mengenalkan bagaimana suasana yang akan didapatkan oleh tamu didalam *café* ini. Hasil karya yang berupa video ini dapat dijadikan sebagai media promosi sosial media yang akan menarik perhatian masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, penulis menawarkan solusi dengan judul “Perancangan Video *Company Profile Café* 89 Degrees Coffee & Roastery”.

Tinjauan Literatur Pustaka

Proyek pengabdian kepada masyarakat berjudul “Perancangan Video *Company Profile Café* 89 Degrees Coffee & Roastery ini didasari oleh beberapa tinjauan pustaka sebagai berikut:

Proyek pengabdian ini didasari oleh penelitian yang ditulis oleh Rokhayati (2020) berjudul “Pembuatan Video Dokumenter Kegiatan Pengabdian Masyarakat”. Penelitian tersebut menggunakan metode pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Penelitian dilanjutkan dengan evaluasi untuk mengetahui apakah video dokumentasi lebih baik daripada dokumentasi foto biasa. Hasil dari penelitian tersebut adalah video dokumentasi kegiatan pengabdian oleh Politeknik Negeri Batam tahun 2018, dan lebih terkenalnya Politeknik Negeri Batam kepada masyarakat luas.

Selanjutnya adalah penelitian oleh Harahap (2019) berjudul “Teknik Sinematografi Dalam Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck”. Penelitian tersebut

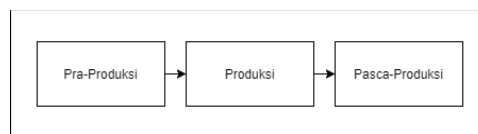
menggunakan teknik sinematografi. Teknik sinematografi merupakan sebuah cara yang esensial dalam pembuatan film. Hasil penelitian tersebut adalah peneliti dapat menyimpulkan pesan optimisme melalui beberapa sudut pandang dalam penggunaan teknik sinematografi, *angle* pengambilan gambar yang menonjolkan sisi narasi cerita, *kontinuity* waktu, dan komposisi yang digunakan dalam film Tenggelmnya Kapal Van Der Wijck.

Selanjutnya adalah penelitian oleh Novia Sari et al. (2020) berjudul “Pembuatan Film Pendek IT In Millennial Daily Life dengan Teknik Handheld dan Continuity Cutting”. Penelitian tersebut menggunakan metode pra-produksi, produksi, & pasca-produksi. Peneliti menggunakan Teknik *handheld*, yaitu salah satu cara untuk merekam dengan menopang kamera menggunakan tangan. Tujuan peneliti menggunakan Teknik handheld agar video yang dihasilkan tidak goyang, dan penulis menggunakan Teknik *continuity cutting* dalam proses penyatuan kumpulan video. Peneliti melakukan *color grading* pada tahap pasca-produksi. Hasil dari penelitian tersebut adalah penghasilan karya film pendek berjudul “IT in Millennial Daily Life”.

Selanjutnya adalah penelitian oleh Hardiansyah & Soepeno (2018) berjudul “Aplikasi Sony Vegas Pro 13 . 0 untuk Pembuatan Video Company Profile Berbasis Multimedia Sebagai Media Iklan pada Otsukare Anime Cafe Malang”. Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian *Action Research*, terdiri dari 4 komponen pokok yang menunjukkan cara yaitu perencanaan, tindakan, pengamatan, dan refleksi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa *Company Profile* dapat menjadi alat pemasaran yang menarik untuk menandingi pesaing usaha lainnya. Peneliti menggunakan aplikasi Sony Vegas Pro 13.0 untuk merancang video Company Profile Otsukare Anime Café Malang. Hasil penelitian tersebut adalah video Company Profile telah dirancang dengan baik dan dapat menjadi media promosi kepada calon konsumen.

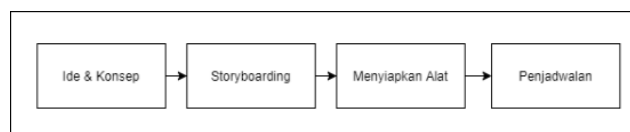
Metode Penelitian

- 1) Teknik Pengumpulan Data
Penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi / data dan sebagai bahan evaluasi ketika membuat *video profile*. Tahapan pertama dalam perancangan video *Company Profile* yaitu dengan wawancara narasumber dan mengobservasi lokasi mitra supaya dapat mendapatkan informasi apa yang bisa dibuat dan dikembangkan sebelum memasuki proses pra produksi (Permana et al., 2019).
- 2) Tahap Pelaksanaan
Tahapan perancangan konsep dasar video company profile ini terdiri dari Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi (Rokhayati, 2020). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut ini:

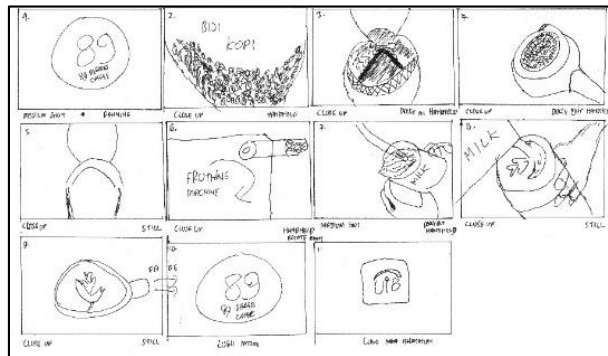


Gambar I. Proses Perancangan video *company profile* café 89 Degrees Coffee & Roastery

- a. Pra-Produksi
Pada tahap pra-produksi, penulis akan menentukan langkah dimana dimulainya ide, perencanaan dan persiapan dari konsep video yang diinginkan (Saptya et al., 2018). Dilihat pada gambar di bawah terdapat beberapa langkah dalam memulai tahap pra-produksi. Dimulai dari perencanaan ide dan konsep, pembuatan *storyboard*.



Gambar II. Proses Pra-Produksi video company profile café 89 Degrees Coffee & Roastery



Gambar III. Storyboard

b. Produksi

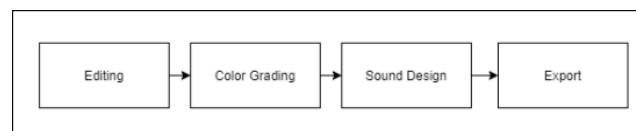
Pada tahap produksi, penulis mengatur kamera dengan *mode movie*, Ukuran Rekaman XAVC S HD, dengan *frame rate* 60p 50 *Bit Rate*, *Shutter Speed* 1/125, bukaan *aperture* F1.4, ISO menyesuaikan dengan kondisi cahaya lokasi, *Picture Profile Hybrid Log Gamma 2*. Teknik yang digunakan untuk merekam video yaitu *Handheld* (Novia Sari et al., 2020). Penulis merekam proses pembuatan kopi latte dari awal sampai selesai dengan variasi pergerakan kamera yaitu *still shot*, dan *follow shot* (Schonig, 2018).



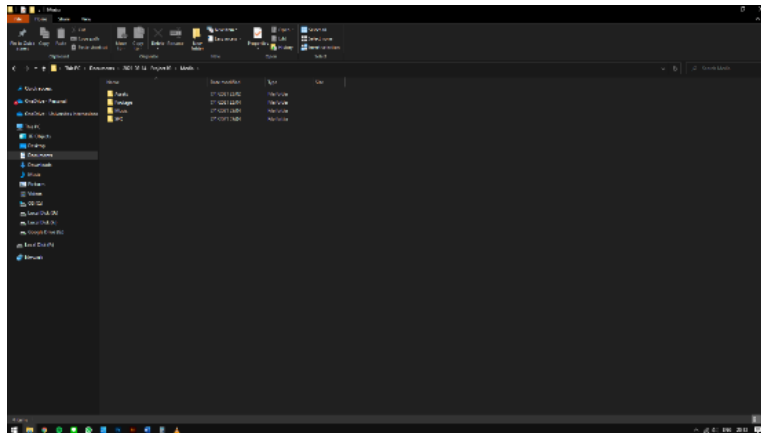
Gambar IV. Sony A6400 & Latte

c. Pasca-Produksi

Pada tahap terakhir yaitu pasca-produksi, penulis kemudian akan melakukan proses menyatukan video klip yang diambil di lokasi dengan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC 2021. Penulis menetapkan pengaturan *sequence* untuk video *Company Profile* yaitu ukuran FULL HD (1920x1080) Rasio 16:9 dengan *frame rate* 23.976, *Audio Sample Rate* 48000 Hz. Setelah menyatukan video menjadi kumpulan video yang utuh, penulis melakukan *color correction* dan *color grading* dengan tujuan untuk mencapai nuansa yang diinginkan (Gibbs, 2018), setelah *color grading*, penulis menambahkan *sound design*, yaitu dengan meletakkan beberapa *sound effect* untuk menambah ketertarikan dari video yang dihasilkan (Herget, 2019), dan terakhir penulis *export* videonya menjadi format .mp4 1920x1080 untuk dikirim ke mitra.



Gambar V. Proses Pasca-Produksi



Gambar VI. Manajemen File

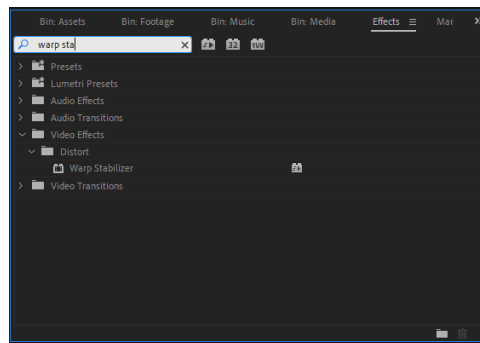
Sebelum memulai editing, terlebih dahulu mengorganisir *Project Folder* untuk manajemen *file* yang baik. Pada *folder* utama, buat 3 *folder* dengan nama *Project Folder*, *Media* mencakup *Assets*, *Footages*, *Music*, *SFX*, dan *folder* terakhir yaitu *Exports*.

Copy bahan yang akan di *edit* ke *folder* masing-masing. Tahap berikutnya adalah membuat *file project* baru didalam Adobe Premiere Pro CC 2021, kemudian *import* bahan *editing* kedalam Adobe Premiere Pro CC 2021.



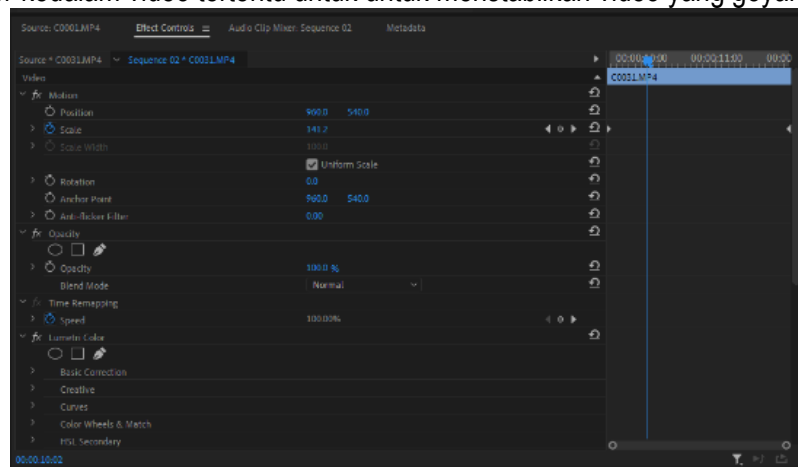
Gambar VII. Icon video, mark-in & mark-out pada source panel

Setelah *import* semua bahan kedalam Adobe Premiere Pro CC 2021, buat *sequence* dengan pengaturan *timebase* 23.976 *frames/second*, *frame size* 1920 *Horizontal*, 1080 *Vertical*. Tahap selanjutnya adalah memilih *footages* yang diimport dengan menarik *footage* itu ke *source panel* dan menentukan titik awal mulainya video dan akhir video dengan tekan icon mark in dan mark out. Setelah itu tarik *icon video* itu kedalam *timeline sequence* yang dibuat sebelumnya, lakukan pada *footage – footage* yang akan diletakkan didalam *timeline*.



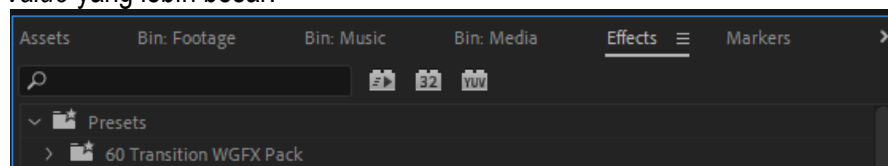
Gambar VIII. Warp Stabilizer pada Panel Effect

Setelah menyusun semua *footage* yang terpilih menjadi 1 video yang utuh, tahap selanjutnya adalah menambah *warp stabilizer* kedalam video tertentu untuk untuk menstabilkan video yang goyang menjadi mulus.



Gambar IX. Panel Effect Control

Selanjutnya adalah menambah *element* pada video tertentu untuk membuat video tersebut terasa lebih hidup, seperti *scale in*, dengan membuat *keyframe* dari awal *footage* tersebut dan menambah *keyframe* pada akhir *footage* dengan *value* yang lebih besar.

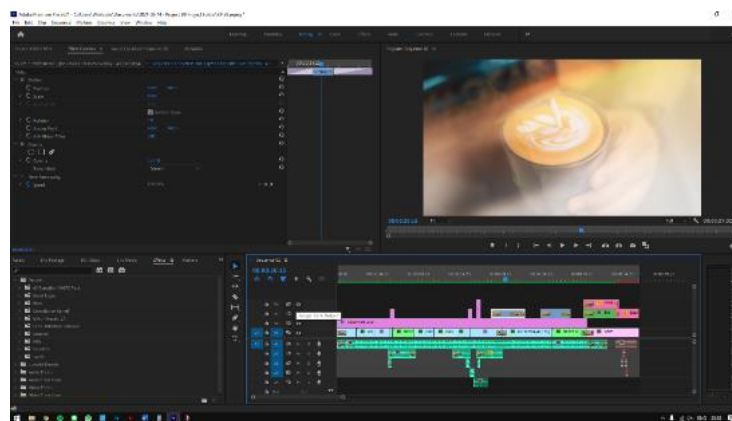


Gambar X. Transition Pack dari WGF

Untuk membuat video menjadi lebih asik untuk ditonton maka diperlu diletakkan *special effects* ke video tertentu, contoh *special effects* adalah *seamless zoom in*. dengan meletakkan 1 *adjustment layer* diantara 2 video yang akan ditransisi, pilih *effect zoom* dan letakkan pada *adjustment layer* tersebut.

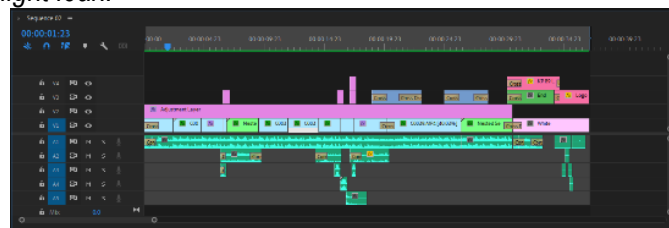


Gambar XI. *Seamless Zoom In*



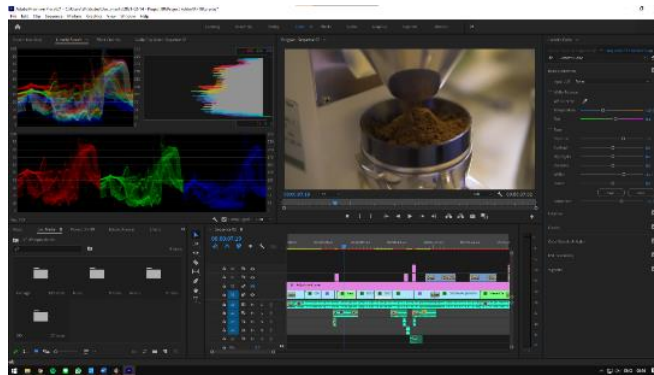
Gambar XII. *Transisi Light Leak*

Transisi *Light Leak* dapat diaplikasikan pada project video ini, *light leak* merupakan bocoran cahaya yang membuat efek silau, pada saat terjadi kesilauan maka bisa mengubah ke *footage* yang lain dengan kesan yang mulus. Cari *stock footage light leak* di Youtube, kemudian *download* dengan menggunakan aplikasi 4kDownloader, setelah di *download*, *import* ke *project folder*, kemudian letakkan di *track* atas antara 2 *footage* yang akan di transisi. Setelah itu, ganti *blending mode* menjadi *screen*, setelah itu, add *default transition* pada awal mulai *light leak* dan akhir *light leak*.



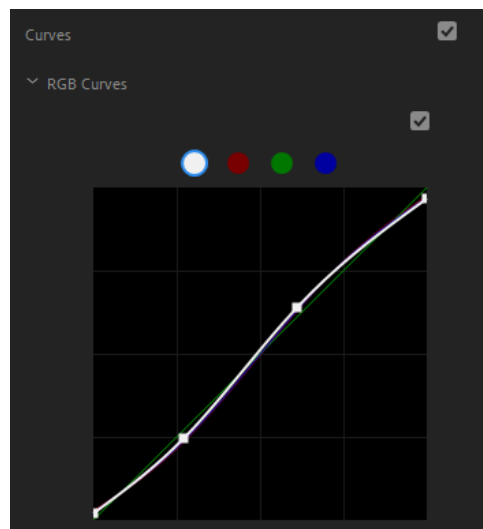
Gambar XIII. *Sequence*

Tahap selanjutnya adalah *Sound Design*, dengan menambah *sound design* video yang di *edit* dapat menjadi lebih menarik. Pilih musik sesuai dengan nuansa videonya dan menambah beberapa *sound effect* pada video tertentu. Seperti transisi *seamless zoom in*, letakkan *sound effect whoosh*, sehingga lebih berkesan videonya masuk ke dimensi lain.



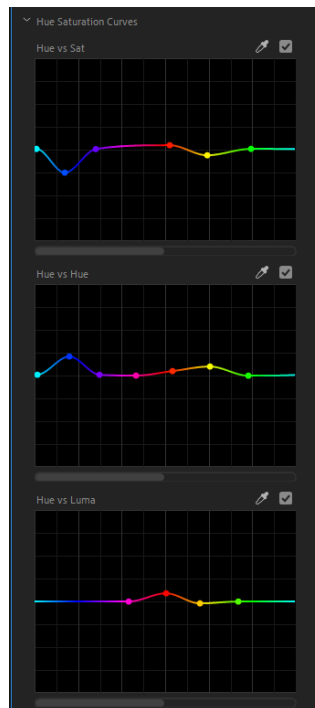
Gambar XIV. Proses *Color Correction*

Tahap selanjutnya adalah *Color Correction*, *Color Correction* merupakan proses menyamakan warna sesuai dengan kondisi lokasi pengambilan warna, serta memperbaiki gelap terang dan *white balance* dari *footage* tersebut.



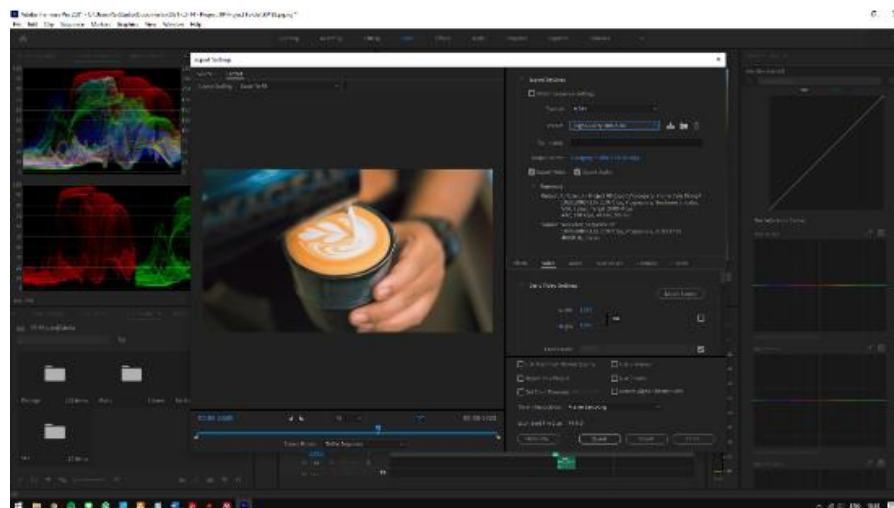
Gambar XV. *RGB Curves Alpha Channel*

Setelah melakukan *color correction* pada setiap *footage*, buat 1 *adjustment layer* dan letakkan di *track* ke 2, disini dimulainya proses *color grading*, yaitu menambah *style* warna yang ingin kita capai untuk video yang akan diproduksi masuk ke tab *creative*, atur *sharpen*, *vibrance*, dan *saturation* sesuai dengan selera. Selanjutnya adalah atur *RGB Curves*, *Alpha Channel*. Pada garis paling bawah kiri adalah *black*, diangkat sedikit keatas sehingga warnanya membuat efek pudar, kemudian di $\frac{1}{4}$ dari garis tersebut adalah *shadow*, diturunkan sedikit supaya membentuk kontras gelap, di $\frac{3}{4}$ dari garis tersebut adalah *highlight*, dinaikin sedikit untuk membentuk kontras terang, dan terakhir di ujung kanan atas adalah *white*, diturunkan sedikit supaya ada kepedaran putih. Tujuannya untuk menambah efek pudar pada video sehingga membuat video berkarakteristik *cinematic*.



Gambar XVI. Hue Saturation Curves

Selanjutnya adalah merubah warna tertentu untuk mencapai *style* yang inginkan, yaitu dengan *Hue Saturation Curves*, dengan menarik warna tertentu akan merubah warna tersebut sampai puas dengan hasilnya.



Gambar XVII. Tampilan Export

Tahap terakhir adalah melihat kembali editan, bila sudah sesuai maka boleh dilanjutkan dengan *export*. Atur *preset export* menjadi *High Quality 1080p HD*, *Output Name* diganti dengan nama yang diinginkan dan atur lokasi *export* ke *folder export* yang telah dibuat. Pengaturan *export* dapat dilihat pada gambar diatas ini.



Gambar XVIII. *Cut 1*, Dekorasi tanaman di meja kasir



Gambar XIX. *Cut 2*, Lampu LED Logo café 89 Degrees Coffee & Roastery



Gambar XX. *Cut 3*, Bijian kopi



Gambar XXI. *Cut 4*, Proses biji kopi sedang di haluskan



Gambar XXII. *Cut 5*, Bubuk kopi diratakan dengan *stamp*



Gambar XXIII. *Cut 6*, Proses persiapan pencairan bubuk kopi



Gambar XXIV. *Cut 7*, hasil pencairan bubuk kopi.



Gambar XXV. *Cut 8*, Proses *frothing* susu.



Gambar XXVI. *Cut 9*, Proses persiapan susu.



Gambar XXVII. *Cut 10*, Proses pembuatan latte art.



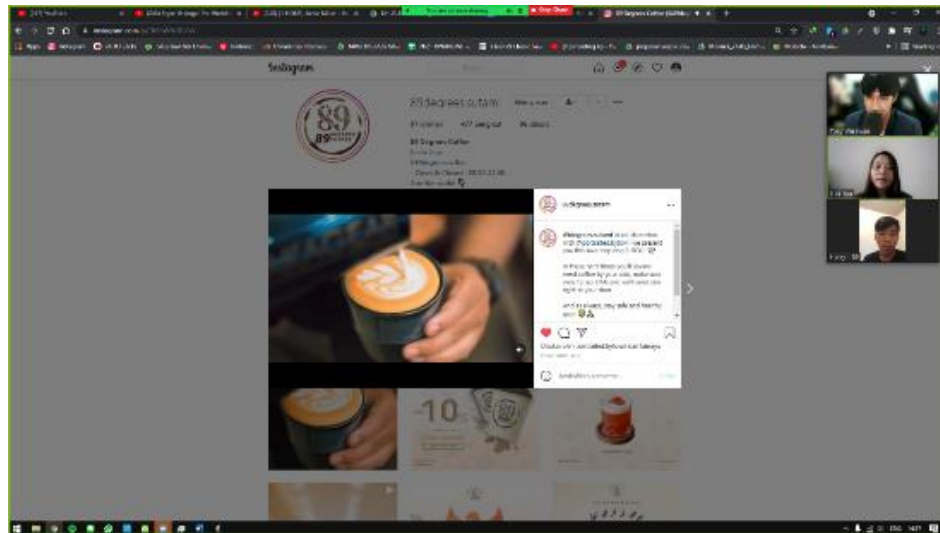
Gambar XXVIII. *Cut 11*, Peletakkan kopi latte dimeja.



Gambar XXIX. Transisi *fade* untuk logo café 89 Degrees Coffee & Roastery.

Hasil dan Pembahasan

- a. Luaran yang dicapai
Luaran yang dicapai selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah perancangan video *Company Profile* kepada café 89 Degrees Coffee & Roastery yang akan digunakan sebagai media promosi di media sosial Instagram.



Gambar XXX. Review hasil video kepada mitra

- b. Keunggulan dan Kelemahan
 Keunggulan yang ditemukan dari kegiatan ini adalah dengan adanya video company profile ini masyarakat mendapat gambaran layanan yang disediakan oleh *café 89 Coffee & Roastery* dan video tersebut menjadi bahan promosi untuk menyaingi usaha *café* yang lain. Adapun kelemahan pada kegiatan ini yaitu perlunya partisipasi masyarakat untuk membantu promosikan video *company profile* melalui media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* secara signifikan.

Kesimpulan

Penulis dapat menyimpulkan bahwa pentingnya video company profile untuk meningkatkan brand awareness seiring dengan pesatnya periklanan digital. penulis memutuskan metode pelaksanaannya dengan Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi untuk menjalankan Proyek Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diterapkan untuk *café 89 Degrees Coffee & Roastery*. dengan adanya video company profile ini, dapat membuat *café 89 Degrees Coffee & Roastery* lebih dikenal oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Gibbs, J. L. (2018). Video Color Grading via Deep Neural Networks. *Adis International Journal on Computer Science and Information Systems*, 13(2), 1–15.
- Harahap, S. R. (2019). Teknik Sinematografi Dalam Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck. *Pena Cendikia* 2, 1(3).
- Hardiansyah, O., & Soepeno, B. (2018). Aplikasi Sony Vegas Pro 13 . 0 untuk Pembuatan Video Company Profile Berbasis Multimedia Sebagai Media Iklan pada Otsukare Anime Cafe Malang. *Aplikasi Bisnis*, 2407–5523, 625–630.
- Herget, A.-K. (2019). Commentary on: The Power of Sound Design in a Moving Picture by Kock and Louven. *Empirical Musicology Review*, 13(3–4), 155.
- Novia Sari, D. H., Herocyma, Kurniati, S., & Chusyairi, A. (2020). Pembuatan Film Pendek IT In Millennial Daily Life dengan Teknik Handheld dan Continuity Cutting. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(4), 302–310.
- Nurul Fildzah, A., & Dwi Mayangsari, I. (2018). Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal Komunikasi*,

12(2), 101–112.

- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2019). Strategi Promosi Pada Tahapan Pra-Produksi Film ‘Haji Asrama’ (Has). *ProTVF*, 2(2), 145.
- Rokhayati, Y. (2020). Pembuatan Video Dokumenter Kegiatan Pengabdian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 95–100.
- Saptya, R., Permana, M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2018). Strategi Promosi pada Tahapan Pra-produksi Film “Haji Asrama” (HAS). *ProTVF*, 2(September), 145–156.
- Sari, W. E., Junirianto, E., Franz, A., & Khamidah, I. M. (2021). Video Branding untuk Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(36), 10–18.
- Schonig, J. (2018). The chained camera: on the ethics and politics of the follow-shot aesthetic. *New Review of Film and Television Studies*, 16(3), 264–294.