

Perancangan dan Implementasi Video Company Profile di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel

Tony Tan¹, Febrianto², Tony Wibowo³

Universitas International Batam

Email : tony@uib.ac.id¹, 2231140.febrianto@uib.edu², tony.wibowo@uib.ac.id³.

Abstrak

Perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif mendorong perusahaan untuk memiliki media promosi yang efektif, salah satunya melalui video company profile. PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata belum memiliki video company profile yang mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara profesional. Kegiatan ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan video company profile berdurasi 1 menit yang menonjolkan layanan utama berupa paket golf domestik dan internasional. Metode yang digunakan adalah Waterfall, yang terdiri dari tahap requirement analysis, system design, implementation, review, deployment, serta laporan dan penilaian. Hasil dari kegiatan ini adalah video company profile yang mampu meningkatkan citra perusahaan, mendukung strategi promosi digital, serta memperluas jangkauan informasi kepada calon pelanggan dan mitra bisnis. Selain itu, proyek ini juga memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam penerapan ilmu di dunia kerja nyata.

Kata Kunci: Video Company Profile, Video Promosi, Pariwisata, Pemasaran Digital, Pengembangan Media Promosi.

Abstract

The increasingly competitive tourism industry encourages companies to adopt effective promotional media, one of which is a company profile video. PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel, a company engaged in tourism services, does not yet have a company profile video that professionally represents its identity. This project aims to design and implement a one-minute company profile video highlighting its main service, which is domestic and international golf tour packages. The development process uses the Waterfall method, consisting of requirement analysis, system design, implementation, review, deployment, and reporting stages. The outcome of this project is a company profile video that enhances the company's image, supports its digital marketing strategy, and broadens its reach to potential clients and business partners. Furthermore, this project provides practical experience for students in applying their knowledge in real industry settings.

Keywords: Company Profile Video, Promotional Video, Tourism, Digital Marketing, Promotional Media Development.

Pendahuluan

PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata dan perjalanan, dengan layanan meliputi penyediaan tiket pesawat, hotel voucher, transportasi, paket golf, serta penanganan kebutuhan perjalanan dinas dan korporat, baik untuk tujuan domestik maupun internasional. Selain itu (Min et al., 2024) juga menyatakan bahwa video perjalanan yang dibuat oleh pengguna memiliki signifikansi tinggi dalam mempromosikan destinasi secara online hal ini sejalan dengan (Wu & Ding, 2023) bahwa video pendek pariwisata memiliki mekanisme yang mampu membangkitkan inspirasi pelanggan dan niat untuk berwisata.

Perusahaan ini awalnya berdiri pada Mei 2010 dalam bentuk CV dengan kantor yang berlokasi di counter Tanjungpinang, didirikan oleh Ibu Linda dan Ibu Ani. Pada saat itu, perusahaan hanya melayani jasa tour dan paket golf untuk destinasi dalam dan luar negeri. Seiring berkembangnya permintaan pasar, pada tahun 2011 operasional kantor dipindahkan ke Batam, tepatnya di Mega Mall Batam Centre. Setelah berpindah ke Batam, perusahaan mulai lebih berfokus pada layanan inbound tours serta paket golf outbound.

Melihat potensi besar dalam sektor pariwisata dan meningkatnya kebutuhan akan layanan ticketing, perusahaan kemudian ditingkatkan statusnya menjadi Perseroan Terbatas (PT) pada Mei 2015 dengan nama PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel, di bawah kepemimpinan Ibu Linda dan Bapak Markiman sebagai penanggung jawab operasional.

Hingga saat ini, PT Lintas Nusa Indah Tours & Travel terus menunjukkan komitmennya untuk memberikan layanan terbaik serta berkontribusi dalam pengembangan pariwisata daerah maupun nasional, sesuai visi perusahaan untuk mendukung kemajuan pariwisata Indonesia dan misi menciptakan lingkungan

kerja yang kondusif dengan sumber daya manusia yang berkualitas.

Masalah

Meskipun PT Lintas Nusa Indah Tours & Travel telah menunjukkan perkembangan signifikan sejak didirikan pada tahun 2010, dan terus memperluas cakupan layanan serta jaringan mitranya baik di dalam maupun luar negeri, namun hingga saat ini perusahaan belum memiliki company profile dalam bentuk video yang mampu merepresentasikan citra dan identitas profesional perusahaan secara menyeluruh. Padahal, dengan rekam jejak panjang dan reputasi yang telah dibangun selama lebih dari satu dekade, keberadaan video company profile yang resmi, terstruktur, dan menarik menjadi sangat penting sebagai salah satu alat komunikasi utama di era digital saat ini. Selain itu juga pembuatan video promosi pariwisata menjadi salah satu sarana penting untuk menarik perhatian audiens sekaligus memperkenalkan destinasi wisata (Abdul Maliq et al., 2022).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata dan perjalanan dengan layanan seperti ticketing, hotel voucher, paket golf, transportasi, hingga perjalanan dinas dan korporat. PT Lintas Nusa Indah Tours & Travel membutuhkan media visual yang mampu memperkenalkan visi, misi, nilai, serta keunggulan kompetitifnya secara efektif.

Video company profile tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata calon mitra bisnis, pelanggan baru, hingga instansi pemerintah yang menjadi klien potensial. (Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat et al., 2024) juga menegaskan bahwa pelatihan pembuatan video konten pariwisata terbukti meningkatkan kemampuan peserta dalam menciptakan konten yang informatif dan menarik untuk media digital.

Penggunaan media video company profile juga dinilai sangat efektif sebagai alat promosi karena mampu secara visual menyampaikan informasi sekaligus menawarkan barang atau jasa kepada calon pelanggan (Sunarya & Arta Nauli Sitinjak, n.d.).

Hal ini juga dikuatkan oleh penelitian (Aboalganam et al., 2025), yang menunjukkan bahwa konten yang dibuat pengguna memiliki pengaruh positif signifikan terhadap citra destinasi dan diminati pengunjung juga (Deb & Mallik, 2023) bahwa pengguna di media sosial meningkatkan kepuasan wisatawan melalui inspirasi, citra merek positif, dan validasi sosial.

Seluruh konten visual akan diproduksi dengan memperhatikan estetika, struktur informasi yang komunikatif, dan daya tarik visual yang sesuai untuk platform digital seperti Facebook dan Instagram. Selain itu digital marketing yang dilakukan melalui media sosial memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan tiket wisata dan kunjungan wisatawan (Angliawati & Ratnasari, 2024).

Oleh karena itu, pembuatan video company profile dinilai sebagai langkah strategis dan penting untuk mendukung penguatan identitas visual perusahaan, meningkatkan daya tarik di mata publik, serta mendorong terwujudnya peluang kerja sama bisnis yang lebih luas di masa depan.

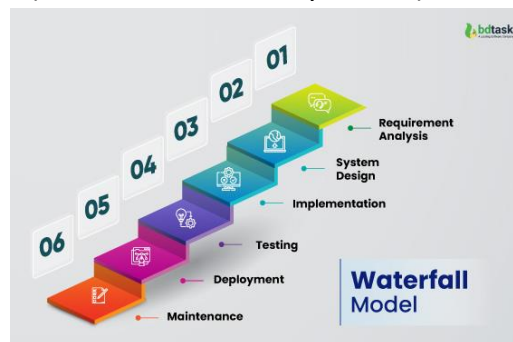
Metode

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini menggunakan metode Waterfall sebagai kerangka kerja pengembangan proyek pembuatan video company profile. Metode ini dipilih karena memberikan alur kerja yang sistematis, terstruktur, dan bertahap, sehingga sangat sesuai untuk proyek kreatif yang membutuhkan perencanaan dan eksekusi

berurutan, seperti produksi konten video company profile.

Selain itu (Saravanos & Curinga, n.d.) juga menyebutkan bahwa simulasi berbasis model waterfall memungkinkan estimasi waktu penyelesaian proyek dan fase secara akurat dan diakui bahwa model waterfall sering digunakan dalam proyek media karena struktur fase yang jelas (Wan Ali & Wan Yahaya, 2023).



Gambar 1 *Waterfall Model*

Tahapan dalam metode Waterfall yang digunakan dalam proyek ini terdiri dari enam fase utama, yaitu:

1. Requirement Analysis (Pra-Produksi)

Pada tahap awal ini, dilakukan analisis kebutuhan mitra melalui diskusi langsung dengan pihak PT Lintas Nusa Indah Tours & Travel untuk memahami visi, misi, dan layanan unggulan perusahaan, khususnya paket wisata golf eksklusif. Informasi yang diperoleh kemudian dirumuskan dalam bentuk naskah dan storyboard sebagai acuan produksi. Selain itu, dilakukan juga pemilihan lokasi pengambilan gambar (footage), penjadwalan produksi, serta persiapan alat dan perlengkapan yang dibutuhkan.

2. System Design (Produksi)

Dalam tahap ini proses pengambilan gambar di lokasi yang telah ditentukan. Kegiatan produksi melibatkan penggunaan kamera, audio recorder, lighting, dan alat bantu lainnya untuk menghasilkan footage berkualitas tinggi sesuai dengan storyboard yang telah dirancang. Beberapa lokasi termasuk area kantor PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel, mitra wisata, dan

dokumentasi aktivitas perusahaan, terutama yang berkaitan dengan layanan golf.

3. Implementation (Pasca-Produksi)

Setelah proses pengambilan gambar selesai, seluruh footage masuk ke tahap pengolahan video menggunakan perangkat lunak editing seperti Adobe Premiere Pro atau CapCut. Proses ini mencakup pemilihan klip terbaik, pemotongan, penyesuaian warna (color grading), penambahan teks informatif, efek transisi, musik latar, dan penyesuaian audio agar keseluruhan video tampak profesional dan menarik.

4. Review dan Revisi

Hasil video yang telah diedit akan ditinjau oleh pihak perusahaan. Penulis menerima masukan atau saran dari mitra untuk dilakukan revisi, baik secara teknis maupun konten, guna memastikan hasil akhir benar-benar sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Proses ini dilakukan secara kolaboratif agar terjadi sinkronisasi antara visi kreatif dan kebutuhan perusahaan.

5. Deployment (Distribusi)

Setelah revisi selesai dan video disetujui, tahap selanjutnya adalah konversi video ke format yang sesuai untuk distribusi digital. Video disiapkan dalam resolusi dan aspek rasio yang kompatibel untuk platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, serta diberikan kepada pihak perusahaan untuk digunakan dalam berbagai keperluan promosi visual.

2. Tahap Laporan dan Penilaian

Setelah proses produksi selesai, dilakukan penyusunan laporan kerja praktik sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik dan dokumentasi kegiatan. Hal ini sejalan dengan (Saravanos & Curinga, n.d.) yang menyebutkan bahwa Waterfall memudahkan kontrol manajemen dan dokumentasi lengkap setiap fase.

Proses evaluasi dilakukan bersama pihak PT Lintas Nusa Indah Tours & Travel sebagai mitra kegiatan. Penilaian mencakup aspek kualitas visual, kesesuaian konten dengan identitas perusahaan, serta efektivitas penyampaian pesan promosi dalam video. Umpan balik dari mitra dijadikan dasar untuk menilai keberhasilan proyek serta kompetensi penulis dalam menerapkan pengetahuan akademik di dunia kerja nyata.

3. Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Berikut jadwal Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan selama periode menyelesaikan program PKM Perancangan dan Implementasi Video Company Profile di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel.

TAHAPAN	TIMELINE															
	MARET				APRIL				MAY				JUNI			
Requirement Analysis (Pra-Produksi)																
System Design (Produksi)																
Implementation (Pasca-Produksi)																
Review & Revisi																
Deployment (Distribusi)																
Penyusunan Laporan																

Gambar 2 Jadwal Pelaksanaan PKM di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel

Berikut adalah anggaran yang dikeluarkan selama pelaksanaan PKM di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel. Dengan total anggaran yang dikeluarkan selama pelaksanaan proyek ialah lima juta rupiah.

Proposed Expenses

No.	Item	Qty	Unit	Price	Total
1	Belanja perjalanan Transportasi	1	Paket	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
2	Belanja barang non operasional Biaya Internet	1	Paket	Rp 500.000	Rp 500.000
3	Belanja Bahan Pengembangan Konten	1	Paket	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
4	Belanja barang non operasional Sewa Laptop	1	Paket	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Grand Total					Rp 5.000.000

Fund Source

External Swasta
PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel - Rp. 5.000.000 (non-cash)

Gambar 3 Anggaran Pelaksanaan PKM di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel

Hasil dan Pembahasan

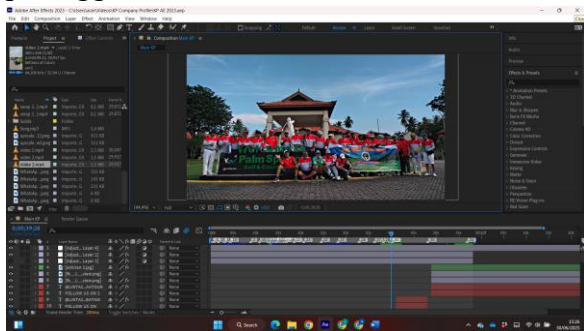
1. Perancangan Luaran Kegiatan

Perancangan luaran kegiatan yang dilakukan dalam proyek kerja praktik di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel menghasilkan sebuah video company profile berdurasi 1 menit. Proses

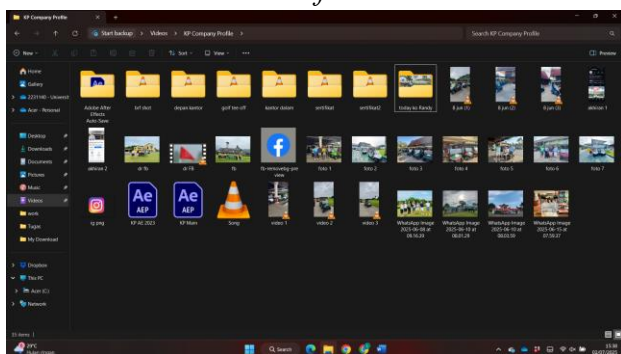
perancangan diawali dengan pengumpulan kebutuhan dari pihak perusahaan, penyusunan naskah (script) yang mengedepankan profil perusahaan, layanan unggulan seperti paket golf, hingga keunggulan perusahaan dalam industri pariwisata.

Media promosi dalam bentuk video lebih efektif dalam meningkatkan brand awareness karena mampu menyampaikan pesan secara visual dan auditif dalam waktu singkat. Pembuatan storyboard menjadi tahapan penting untuk menentukan urutan visualisasi informasi yang akan disampaikan, sekaligus menghindari kesalahan produksi dan menjaga kesalahanpahaman alur informasi dalam media video.

Perancangan ini juga berfokus pada pemilihan tone warna, mood, dan narasi yang sesuai dengan citra profesional perusahaan, sehingga dapat membangun kredibilitas di mata pelanggan dan mitra bisnis.



Gambar 4 Proses Editing Video Company Profile



Gambar 5 Footage dan Asset

2. Proses Implementasi Luaran

Setelah proses perencanaan selesai dilakukan dan disetujui oleh pihak PT. Lintas

Nusa Indah Tours & Travel, maka tahapan implementasi luaran dilanjutkan dengan proses produksi yang meliputi pengambilan footage di beberapa lokasi, termasuk area kantor, dokumentasi aktivitas operasional, serta kegiatan tour dan golf yang menjadi layanan utama perusahaan. Proses ini bertujuan untuk memperoleh materi visual yang representatif dan mampu mencerminkan citra profesional perusahaan. Setelah tahapan produksi selesai, proses dilanjutkan ke tahap pasca-produksi yang mencakup berbagai pekerjaan teknis, seperti pemilihan footage terbaik, penyesuaian warna atau color grading untuk menjaga konsistensi tone visual, penambahan teks informatif guna mendukung pemahaman audiens, serta integrasi musik latar yang sesuai untuk membangun suasana video menjadi lebih menarik dan dinamis.

Pada tahap berikutnya, hasil sementara video diserahkan kepada pihak PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel untuk dilakukan proses review dan evaluasi. Pihak perusahaan memberikan beberapa masukan agar dapat di revisi. Setelah seluruh revisi diselesaikan dan video mencapai hasil akhir yang sesuai dengan harapan, proses distribusi pun dilakukan dengan cara mengonversi video ke berbagai format yang kompatibel untuk berbagai platform digital, seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Dengan adanya distribusi ini, diharapkan video company profile dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat citra perusahaan, serta menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan layanan tour dan reservasi golf kepada masyarakat.

3. Kondisi Setelah Implementasi,

Video company profile berdurasi 1 menit berhasil dibuat untuk mendukung promosi PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel. Video ini menampilkan layanan utama seperti paket golf,

perjalanan wisata, serta aktivitas operasional perusahaan.

Dengan adanya video ini, perusahaan memiliki media promosi yang lebih modern dan efektif untuk memperkenalkan profil dan layanan kepada calon pelanggan maupun mitra bisnis. Selain sebagai alat promosi di media sosial, video ini juga menjadi dokumentasi profesional yang siap digunakan dalam berbagai keperluan bisnis.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kerja praktik di PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel, dapat disimpulkan bahwa pembuatan video company profile berdurasi 1 menit ini berhasil memenuhi tujuan awal, yaitu memperkuat branding, menyampaikan pesan layanan perusahaan dengan jelas, serta meningkatkan kepercayaan audiens. Media ini juga mampu menampilkan visualisasi layanan secara ringkas namun tetap informatif, sehingga dapat menjangkau audiens lebih luas melalui berbagai platform digital seperti media sosial.

Selain itu, penerapan metode Waterfall dalam proses produksi video terbukti membantu dalam menjalankan setiap tahapan kerja secara terstruktur, mulai dari analisis kebutuhan, perancangan, produksi, hingga proses distribusi. Dengan selesainya pembuatan video company profile ini, PT. Lintas Nusa Indah Tours & Travel kini memiliki media komunikasi yang mendukung strategi promosi perusahaan, khususnya dalam memperkenalkan layanan tour dan reservasi golf baik untuk pasar domestik maupun internasional.

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM, penulis memberikan beberapa saran untuk pengembangan ke depannya :

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperbanyak variasi footage maupun foto dalam pembuatan video company profil. Hal ini bertujuan agar elemen visual yang

digunakan menjadi lebih menarik dan informatif. Selain itu, penggunaan elemen multimedia seperti transisi yang menarik, efek video, sound effect, dan motion graphic juga dapat memperkaya tampilan video, sehingga konten tidak hanya berisi video dan teks semata.

2. Untuk pihak mitra, diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih detail mengenai tujuan pembuatan video company profil. Selain itu, proses dokumentasi dan briefing sebaiknya dilakukan secara lebih terstruktur dan jauh hari sebelum proses produksi, agar hasil yang diperoleh lebih maksimal dan sesuai dengan kebutuhan.

3. Secara umum, video company profil merupakan salah satu media promosi yang efektif sekaligus sarana untuk memperkuat narasi dan citra brand dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dokumentasi visual yang dilakukan secara berkelanjutan akan sangat membantu dalam membangun dan menjaga konsistensi citra brand di masa depan.

Daftar Pustaka

- Abdul Maliq, A., Ari Adriansyah, M., Pramana Putra, D., & Safari, C. (2022). *Pembuatan Video Pariwisata Sebagai Sarana Promosi Dan Pengenalan Wisata Yang Ada Di Kota Bengkulu* (Vol. 5).
<https://jurnal.ikhafi.or.id/index.php/jukomika>
- Aboalganam, K. M., AlFraihat, S. F., & Tarabieh, S. (2025). The Impact of User-Generated Content on Tourist Visit Intentions: The Mediating Role of Destination Imagery. *Administrative Sciences*, 15(4).
<https://doi.org/10.3390/admsci15040117>
- Angliawati, R. Y., & Ratnasari, S. (2024). Peran Digital Marketing dalam Peningkatan Penjualan Tiket di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(1), 75–85.
<https://doi.org/10.51977/jiip.v6i1.1789>
- Deb, S. K., & Mallik, N. (2023). Effects of Social Media in Tourism Marketing: Outlook on User Generated Content. *Journal of Digital*

Marketing and Communication, 3(2), 49–65.
<https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i2.316>

- Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat, J., Putu Eka Wulandari, N., Gusti Ayu Melistiyari Dewi, I., Gusti Ayu Eka Suwintari, I., Juwita Sari, R., Ayu Gayatri Kesumayathi, I., Studi DIV Manajemen Perhotelan, P., & Pariwisata, F. (2024). *SiKemas Journal OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL WISATA MELALUI WORKSHOP VIDEO CONTENT CREATOR BAGI CALON PELAKU PARIWISATA: KOLABORASI BERSAMA BALI FILM SCHOOL OPTIMIZING TOURISM DIGITAL MARKETING THROUGH VIDEO CONTENT CREATOR WORKSHOP FOR PROSPECTIVE TOURISM ACTORS: COLLABORATION WITH BALI FILM SCHOOL* (Vol. 3, Issue 1). <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>
- Min, X., Duan, H., Sun, W., Zhu, Y., & Zhai, G. (2024). *Perceptual Video Quality Assessment: A Survey*. <http://arxiv.org/abs/2402.03413>
- Saravanos, A., & Curinga, M. X. (n.d.). *Simulating the Software Development Lifecycle: The Waterfall Model*.
- Sunarya, L., & Arta Nauli Sitinjak, C. (n.d.). Media Promosi Berbasis Video Company Profile Pada PT. Polymindo Permata. *MAVIB Journal*, 4(2), 2023.
- Wan Ali, W. N. A., & Wan Yahaya, W. A. J. (2023). WATERFALL-ADDIE MODEL: AN INTEGRATION OF SOFTWARE DEVELOPMENT MODEL AND INSTRUCTIONAL SYSTEMS DESIGN IN DEVELOPING A DIGITAL VIDEO LEARNING APPLICATION. *Asean Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 15(1), 1–28.
<https://doi.org/10.17576/ajtlhe.1501.2023.01>
- Wu, G., & Ding, X. (2023). Which type of tourism short video content inspires potential tourists to travel. *Frontiers in Psychology*, 14.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1086516>