

Perancangan dan Implikasi Video *Company profile* di PT Sanusi Teknik Konstruksi

Jimmy Pratama¹, Andre Jonathan Harahap²
Universitas Internasional Batam
e-mail: jimmy.pratama@uib.ac.id¹, 2031095.andre@uib.edu²

Abstrak

Perkembangan media promosi mendorong perusahaan untuk memperkenalkan dan mempromosikan perusahaannya kepada masyarakat melalui video *company profile*. Video *company profile* dapat membangun hubungan kepada calon relasi ataupun *investor* yang berguna untuk meningkatkan usahanya. PT Sanusi Teknik Konstruksi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyedia berbagai jasa industri yang belum memiliki video *company profile*. Maka dari itu, penulis melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk merancang dan mengimplementasikan video *company profile* pada mitra. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Alat yang digunakan dalam merancang video *company profile* terdiri dari kamera Sony a6400, serta menggunakan Adobe Premiere Pro 2021 dan Adobe After Effect 2021 sebagai media *editing*. Hasil dari perancangan video akan diunggah ke media sosial perusahaan dan diberikan kepada mitra.

Abstract

The development of promotional media encourages companies to introduce and promote their company to the public through a company profile video. A company profile video can establish relationships with potential partners or investors that are useful for growing their business. PT Sanusi Teknik Konstruksi is a company engaged in providing various industrial services that do not yet have a company profile video. Therefore the authors carry out society service activities with the aim of designing and implementing company profile videos for partners. This research uses the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method. The tools used in designing the company profile video consist of a Sony a6400 camera, and Adobe Premiere Pro 2021 and adobe after effect 2021 as the editing software. The designed video will be uploaded to the company's social media and provided to the partner.

Keywords: *Video Company Profile, MDLC, PT Sansui Teknik Konstruksi*

Pendahuluan

Perkembangan sistem informasi yang berkembang pesat saat ini juga memberikan dampak besar bagi dunia bisnis. Keberadaan sistem informasi dalam dunia bisnis dipandang sebagai hal yang positif dimana para pengusaha dapat terbantu dalam hal meningkatkan kemampuan dan hasil yang dicapai dalam menjalankan proses bisnis, serta pengambilan keputusan manajerial yang lebih efisien dan efektif (Siregar & Nasution, 2020). Perkembangan sistem informasi ini pula dapat dilihat dalam perkembangan multimedia, dimana

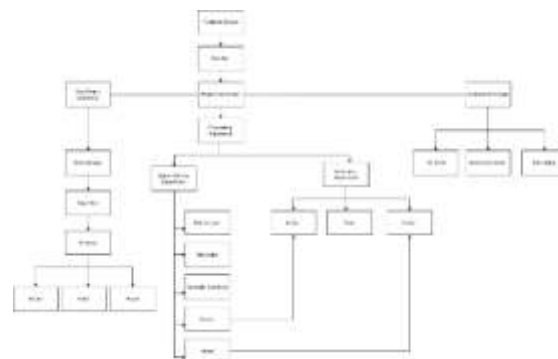
multimedia kerap digunakan sebagai salah satu media promosi dalam proses bisnis (Rimayanti et al., 2019). Adapun media promosi yang kerap digunakan berupa video yang bertujuan untuk memberikan informasi secara visual dan audio, dimana publik dapat menonton dan mendengarkan informasi ataupun promosi yang ditawarkan oleh perusahaan (Nugroho & Kurniawan, 2022). Salah satu jenis video yang sering dimanfaatkan adalah video profil perusahaan yang dapat membantu pengusaha dalam memasarkan dan meningkatkan proses bisnisnya. Video

company profile dapat diartikan sebagai media promosi ataupun informasi yang berisikan gambaran umum perusahaan, ideologi perusahaan, visi dan misi, strategi, gambaran mengenai sumber daya manusia, sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan, prestasi dan keunggukan, *annual report*, deskripsi tentang produk yang ditawarkan, serta program pengembangan dimasa mendatang (Jasmine & Loen, 2020). Keberadaan video *company profile* dinilai lebih efektif dan lebih sering digunakan oleh para pengusaha dalam mempromosikan perusahaannya (Eko Valentino & Jodi Hardiansyah, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sama & Tofent, 2022) melakukan perancangan video *company profile* di sekolah SMA Maitreyawira Batam. Penelitian ini memanfaatkan teknik MDLC sebagai teknik penyusunan video *company profile*. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan media video profil yang sesuai kebutuhan SMA Maitreyawira Batam. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa SMA Maitreyawira Batam mempunyai tingkat popularitas yang lebih tinggi dikalangan warga dan calon pelajar di kota Batam. Penelitian yang dilaksanakan (Pratama & Kendy Junianto, 2022) melaksanakan perencanaan video profil perusahaan di SMA Kartini Batam, penelitian ini menggunakan metode MDLC dalam pengembangan video profil perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang profil perusahaan video yang bertujuan untuk memperbaiki video tersebut guna memperkenalkan sekolah kepada khalayak ramai. Dari hasil riset tersebut, SMA Kartini Batam dikenal oleh masyarakat secara lebih meluas, terutama di kota Batam. Penelitian yang dilakukan (Pratama & Cristiansen, 2021), melakukan perencanaan pembuatan video profil perusahaan di Coffee Shop After Taste, penelitian ini menggunakan pendekatan MDLC dalam pengembangannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan hasil penjualan dan menarik pelanggan baru. Hasil dari penelitian ini

adalah peningkatan jangkauan pemasaran, peningkatan omset, dan menjangkau konsumem baru. Penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Sama, 2022) melakukan perancangan *company profile* di sekolah Advent Mision Sagulung, menggunakan metode MDLC sebagai pengembangannya. Sekolah Advent Mision Sagulung ini belum memiliki media informasi dan promosi, sehingga tujuan dari penelitian ialah membantu lembaga pendidikan dalam merencanakan isi informasi untuk meningkatkan promosi sekolah. *Output* dari riset ini yakni profil video yang menciptakan taktik yang bisa diaplikasikan guna membantu institusi pendidikan memperkenalkan dan memasarkan diri mereka kepada masyarakat Batam secara keseluruhan.

PT Sanusi Teknik Konstruksi merupakan perusahaan yang berdiri pada tanggal 7 November 2022 yang dikelola oleh Siegfied Lachs, PT Sanusi Teknik Konstruksi menyediakan jasa pengerjaan dibidang solusi dalam industri seperti *engineering and fabrication, Construction and site, Construction/site, engineering and construction service, dan Marine service*. PT Sanusi Teknik Konstruksi memilki dua tempat dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya dimana terdiri dari 1 kantor yang terletak Batam Centre dan 1 *workshop* yang terletak Batu Ampar.



Gambar 1. Struktur Organisasi PT Sanusi Teknik Konstruksi

Masalah

PT Sanusi Teknik Konstruksi belum memiliki video *company profile*, sehingga memiliki kendala dalam mencari klien dan

calon *investor* baru. Oleh sebab itu, penulis memiliki topik pengabdian yang berjudul “Perancangan dan Implikasi Video *Company Profile* di PT Sanusi Teknik Konstruksi”. Selain itu, terdapat juga permasalahan yang dikutip penulis yaitu:

1. Bagaimana cara merancang video *company profile*?
2. Bagaimana metode MDLC digunakan dalam perancangan video profil perusahaan?

Metode

Teknik Pengumpulan Data

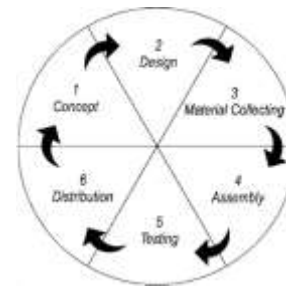
Pada tahap ini, penulis akan mengumpulkan data melalui wawancara dengan perwakilan dari PT Sanusi Teknik Konstruksi yaitu ibu Nadia yang memiliki jabatan sebagai *office manager*. Adapun hasil dari wawancara tersebut, berupa saran dari pihak perusahaan tentang informasi apa saja yang harus ada didalam video seperti jasa-jasa yang ditawarkan perusahaan, *angle* dari kamera, portfolio dari perusahaan, fasilitas yang ada pada perusahaan, dan durasi dari video *company profile* tersebut. Data yang berhasil dikumpulkan akan diproses untuk digunakan pada tahap perancangan berikutnya.



Gambar 2. Proses Wawancara dengan Mitra

Proses Perancangan Luaran

Pada tahapan perancangan luaran penulis menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) seperti pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*)

Dalam metode MDLC terdapat 6 langkah yang akan digunakan penulis dalam membantu merancang video *company profile*, adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. *Concept* (Konsep)

Tahap konsep merupakan tahapan merumuskan dasar atau ide dari proyek multimedia yang akan dirancang, adapun pada tahapan konsep dimulai dengan penulis yang datang langsung ke perusahaan untuk mencari tahu kondisi dan situasi pekerjaan di perusahaan untuk memberikan ide bagi penulis dalam merancang *storyboard* pada tahapan desain.

2. *Design* (Desain)

Pada tahapan desain, penulis akan memaparkan hasil yang diperoleh dari data berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan dalam bentuk *storyboard* yang nantinya akan digunakan dalam tahapan *material collecting*. Berikut adalah *storyboard* yang telah dirancang oleh penulis.



Gambar 4. *Storyboard Scene* 1-6



Gambar 5. Storyboard Scene 7-11

3. *Material Collecting* (Pengumpulan Materi)

Proses pengumpulan bahan atau materi multimedia yang akan dipakai dalam tahap perancangan video disebut tahapan pengumpulan material. Adapun bahan yang dibutuhkan dalam perancangan video *company profile* ini berupa video dan audio. Pada tahapan ini, penulis menggunakan kamera Sony A6400 dan tripod guna mengumpulkan bahan video yang akan digunakan dalam tahap *assembly*.

4. *Assembly* (Penggabungan)

Assembly merupakan tahapan dimana penulis akan melakukan penggabungan materi yang sudah didapatkan pada tahapan *material collecting* dan dirancang sesuai dengan *storyboard*. Penulis akan memanfaatkan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2021 dalam penggabungan video yang telah disusun sesuai dengan *storyboard* yang telah ditentukan.

5. *Testing* (Percobaan)

Tahapan pengujian adalah proses evaluasi terhadap hasil akhir dari proyek multimedia yang telah direncanakan dengan tujuan untuk menentukan apakah hasil akhir tersebut memenuhi syarat atau tidak. Di fase ini, penulis akan melaksanakan proses produksi video yang akan dikirimkan kepada perusahaan untuk memperoleh masukan atau evaluasi yang

diperlukan guna menyesuaikan dengan permintaan dari perusahaan.

6. *Distribution* (Distribusi)

Pada tahapan *distribution* akan dilakukannya penyaluran proyek hasil multimedia kepada pengguna yang sudah ditargetkan. Pada tahapan terakhir ini, distribusi video akan dilakukan atas izin perusahaan dan dipublikasikan pada akun Youtube dan LinkedIn perusahaan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di PT Sanusi Teknik Konstruksi yang berlokasi di Ruko Taman Niaga Sukajadi Blok K No. 10 (lantai 3), Batam Center, Batam, Indonesia. Waktu yang dibutuhkan dalam kegiatan PkM ini adalah selama 4 bulan. Pada bulan Februari, akan dilakukan kegiatan wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan. Sementara pada bulan April dan Mei, akan dilakukan pengumpulan bahan yang terdiri dari video dan audio. Pada bulan Juni, dilakukan tahapan evaluasi dan implementasi video pada media sosial perusahaan, serta pembuatan laporan.

Pembahasan

Perancangan dan implementasi video *company profile* di PT Sanusi Teknik Konstruksi ini diawali dengan perancangan *storyboard* yang bertujuan untuk memberikan visualisasi dari ide-ide yang nantinya akan dituangkan kedalam video sekaligus merancang *timeline* yang ada dalam video. Adapun *storyboard* berisikan *shot*, *angle* kamera, transisi, dan efek visual. Setelah perancangan *storyboard* selesai, dapat dilanjutkan pada tahapan *shooting*. Perancangan *storyboard* ini terlebih dahulu dipresentasikan kepada mitra untuk mendapatkan revisi, saran, dan masukan terhadap *storyboard* tersebut.

Tahapan setelah pembuatan *storyboard* adalah pengambilan *footage* dimulai dengan melakukan *shooting* dimana penulis menggunakan kamera sony a6400 dalam pengambilan *footage*. Kamera

ini dilengkapi dengan perekaman hingga kualitas 4K dan memudahkan pengguna dalam sistem *autofocus* yang cepat. Pengambilan video menggunakan *setting* pada kamera yang berbeda-beda dikarenakan *shooting* dilakukan di *outdoor* dan *indoor* yang membuat tingkat intensitas cahaya berbeda, sehingga penulis membuat jadwal dalam melakukan *shooting* video *company profile* ini sebagai berikut.

Scene	Tempat	Tanggal
Merekam B-roll berupa para pekerja yang sedang mengerjakan sebuah proyek di Workshop PT Sanusi Teknik Konstruksi	Outdoor	15 April 2023 – 03 Mei 2023
Merekam A-roll berupa narasumber yang berbicara mengenai perusahaan	Indoor	12 Mei 2023
Merekam B-roll berupa pekerjaan yang dilakukan didalam kantor	Indoor	14 Mei 2023

Adapun penggunaan *setting* kamera juga harus diperhatikan dikarenakan *shooting* dilakukan ditempat yang berbeda. Oleh sebab itu, penulis melakukan penyesuaian pada kamera untuk *indoor* menggunakan Focal length wide angle 18mm dengan ISO 800-1600, Apperture f/4.0, dan Shutter speed 1/120. Sedangkan *outdoor* menggunakan Focal length wide angle, ISO 800, Apperture f/4.0, dan shutter speed 1/120.



Gambar 6. Menyesuaikan *Setting* pada Kamera

Dalam pengambilan *angle* kamera, penulis menerapkan *system eye level* dan *low level* dengan jenis *shot* berupa *long shot*, *full shot*, *medium shot*, dan *medium close up*. Selain penggunaan kamera, penulis juga menggunakan tripod yang bertujuan dalam membantu menjaga kestabilan kamera dan terhindar dari goyangan pada saat perekaman berlangsung. Pengambilan audio akan menggunakan *saramonic Blink 500 B2 wireless* yang langsung dipasang kedalam kamera yang bertujuan untuk menfilterisasi suara yang masuk ke kamera, sehingga audio yang masuk dapat terhindar dari adanya *noise* dan dapat didengar dengan jelas.



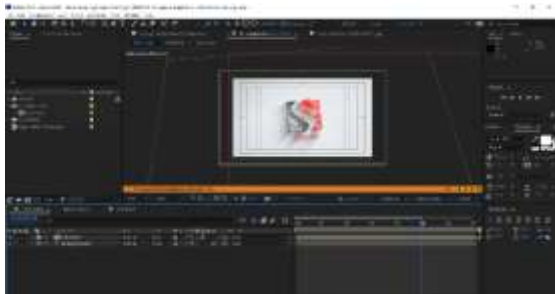
Gambar 7. Proses Pengambilan *Footage*

Proses selanjutnya adalah pembuatan logo dan meng-*edit footage* yang sudah direkam. Proses *editing*, penulis menggunakan laptop Acer Nitro 5 dengan spesifikasi berikut.

Sistem Operasi	Procesor	VGA	Ram
Windows 10 Home Single Language	AMD Ryzen 7 3750H with Radeon Vega Mobile Gfx 2.30 GHz	NVIDIA GeForce GTX 1650	16 GB

Proses *editing* dilakukan dengan memperhatikan *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya. Adapun *software* yang digunakan dalam *editing* adalah Adobe After Effect 2021 yang digunakan dalam membuat *opening* video berupa

animasi logo perusahaan. Pada pembuatan *opening* logo animasi ini, penulis menggunakan *3d element* dan *motion blur tools* sehingga tulisan nama perusahaan dapat dilihat dengan jelas.



Gambar 8. Pembuatan Animasi Logo Perusahaan

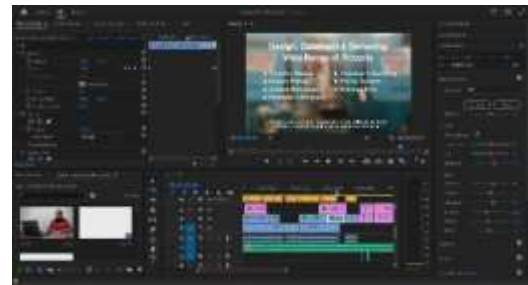
Adapun aplikasi lain yang digunakan penulis adalah Adobe Premiere Pro 2021 yang digunakan dalam proses menyatukan seluruh *footage* yang ada menjadi satu video *company profile*. Penulis memulai proses *editing* dengan merancang *opening* logo animasi terlebih dahulu dengan aplikasi Adobe After Effect 2021. Adapun *tools* yang digunakan dalam proses *editing* ini adalah *razor tools* yang berfungsi untuk memotong (*trimming*) *footage* yang akan digunakan. Video yang dipotong merupakan bagian yang akan digunakan, kemudian video yang telah di potong ini akan digabungkan menjadi satu *scene* berdasarkan tempat dan *timeline*-nya. Kemudian akan disesuaikan juga dengan audio yang ada dalam video tersebut.



Gambar 8. Proses Pemotongan *Footage*

Setelah pemotongan video selesai, akan dilanjutkan kedalam proses meletakkan transisi di setiap akhir *scene* yang telah dipotong. Transisi yang digunakan dalam video ini diantara lain

adalah: *cross dissolve*, *dip to black*, dan *dip to white*. Penggunaan transisi ini bertujuan sebagai penghubung antara *scene per scene* pada video nantinya.



Gambar 9. Proses Peletakan Transisi

Setelah penerapan transisi selesai dibuat, tahapan selanjutnya adalah *editing* pada bagian pencahayaan dan penyesuaian warna (*color correction*) pada setiap video dimana setiap video yang sudah dipotong harus disesuaikan *hue*, *saturation* dan *lighting* (*color grading*).



Gambar 10. Mengatur *Color Grading* Video

Setelah proses *color grading* selesai, penulis akan menentukan *background* yang tepat bagi video. Adapun *background* yang digunakan dalam video ini adalah lagu *company profile* yang didapat melalui Youtube. Setelah menggabungkan *background* pada video, penulis akan menggabungkan semua hasil *editing* yang telah dilakukan menjadi satu *sequence*, kemudian akan di-*render* dengan resolusi 1920 X 1080 dengan 60 FPS. Adapun video yang telah selesai di-*render* akan diberikan kepada mitra untuk dimintai masukan dan revisi yang diperlukan terhadap video tersebut.



Gambar 11. Revisi yang Diberikan Oleh Perusahaan

Produk yang dihasilkan dari kegiatan PkM ini adalah video profil perusahaan dalam bentuk video yang dibuat dengan menggunakan metode MDLC. Adapun tujuan perancangan video *company profile* tersebut untuk menarik klien dan calon *investor* bagi perusahaan. Adapun video *company profile* ini berdurasi 4 menit. Berikut merupakan penjelasan hasil dari implementasi perancangan video *company profile* yang disesuaikan dengan *storyboard* dan telah disetujui oleh mitra.



Gambar 12. Opening Logo Animasi Perusahaan

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan opening berupa animasi dari logo perusahaan dengan menggunakan *3d element* pada transisi logo perusahaan.



Gambar 13. Pemaparan Informasi Oleh Narasumber

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan narasumber yang

memperkenalkan mengenai latar belakang PT Sanusi Teknik Konstruksi.



Gambar 14. Jasa yang Disediakan Oleh Perusahaan

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan jasa pengerjaan yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.



Gambar 16. Para Pekerja Sedang Melakukan Proyek

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan karyawan yang sedang mengerjakan proyek pembuatan meja besi kantin dengan perpektif *zoom in*.



Gambar 17. Portfolio Perusahaan

Pada gambar ini, penulis akan memperlihatkan portfolio berupa proyek yang telah dikerjakan oleh perusahaan.



Gambar 18. Pekerja yang Sedang Melakukan Proyek

Pada gambar ini, penulis akan kembali menampilkan pekerja yang sedang mengerjakan pemotongan baja.



Gambar 19. Peran Perusahaan Skala Internasional

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan peran perusahaan dalam pengerjaan proyek dalam skala jangka luas.



Gambar 20. Website Perusahaan

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan ajakan untuk membuka website milik perusahaan terkait informasi lebih lanjut mengenai perusahaan.



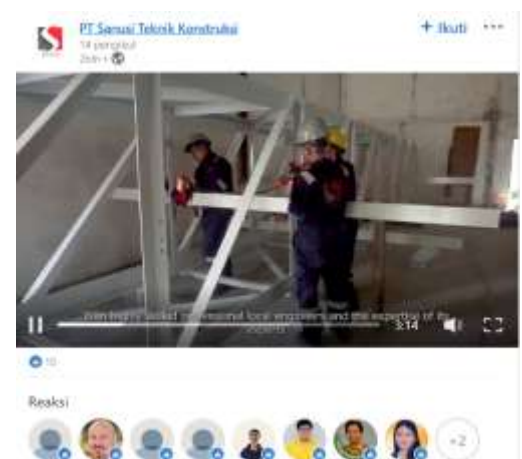
Gambar 21. Menu *Find Us*

Pada gambar ini, penulis akan menampilkan *scene* penutup yang merupakan menu untuk dapat menghubungi pihak perusahaan.

Adapun video *company profile* ini sudah dipublikasi kedalam Youtube dan LinkedIn perusahaan dimana dari hasil publikasi tersebut didapati bahwa 42 orang sudah menonton video tersebut dengan total *like* 13 *likes* pada akun Youtube. Adapun, pada akun LinkedIn didapati bahwa terdapat 10 *likes* pada video *company profile* tersebut.



Gambar 22. Tampilan Publikasi pada Youtube dari Perusahaan



Gambar 23. Merupakan Tampilan Publikasi pada LinkedIn dari Perusahaan

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan PkM yang telah selesai dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media berupa video *company profile* yang dapat dilihat oleh masyarakat luas, PT Sanusi Tenik Konstruksi dapat menjadi lebih dikenal dapat menarik calon klien dan *investor* di kemudian hari. Penulis

menyarankan kepada pihak perusahaan untuk tetap melakukan peremajaan video setiap tahun guna menjaga informasi yang lebih lengkap dan terbaru.

Adapun hasil dari program pengabdian kepada masyarakat ini masih memiliki banyak kekurangan. penulis berharap bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian topik terkait. Penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada teman atau perusahaan yang turut serta membantu dalam kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Eko Valentino, D., & Jodi Hardiansyah, M. (2020). Perancangan Video *Company profile* Pada Hotel de Java Bandung. *Tematik*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.285>
- Jasmine, A., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video *Company profile* sebagai Sarana Informasi dan Meningkatkan Promosi pada PT Avoir Industry. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i2.100>
- Nugroho, M. T., & Kurniawan, H. (2022). Perancangan Video *Company profile* PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Respati*, 17(2), 71. <https://doi.org/10.35842/jtir.v17i2.462>
- Pratama, J., & Christiansen. (2021). Video *Company profile* AfterTaste. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 151–162. <https://journal.uib.ac.id/index.php/onescintech>
- Pratama, J. dan, & Kendy Junianto. (2022). *Perancangan Dan Implementasi Video Profile Di Sekolah Sma KartiniBatam Menggunakan Metode MDLC*. 4, 993–998. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- 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)
- Sama, H., & Tofent. (2022). Perancangan Dan Implementasi Video Profil Di Sekolah Sma Maitreyawira Batam Menggunakan Metode Mdlc. *Prosiding National Conference for Community Service Project*, 4, 711–717.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (HJIMB)*, 02(01), 71–75. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki%0APERKEMBANGAN>
- Utami, P., & Sama, H. (2022). Penerapan Metode MDLC pada Perancangan Video Profile Sekolah Advent Mision Sagulung. *COMSERVA: Jurnal Penelitian ...*, 2(5), 443–451. <https://doi.org/10.36418/comserva.v2i5.336>