

Perancangan dan Implementasi Video *Company Profile* di Auto Mandiri dengan Menggunakan Metode MDLC

Diny Anggriani Adnas¹, Jefry Tan²

Universitas Internasional Batam

e-mail: diny.anggriani@uib.ac.id¹, tan.jefry007@gmail.com²

Abstrak

Video *company profile* merupakan salah satu media yang digunakan oleh para klien dalam mempromosikan perusahaan mereka secara digital kepada para masyarakat. Dengan adanya video *company profile*, masyarakat dapat lebih mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan tanpa harus mengunjungi perusahaan tersebut. Saat ini, mitra Auto Mandiri masih belum memiliki video *company profile* sehingga mitra tersebut sedikit dikenal oleh masyarakat yang menyebabkan kurangnya pelanggan yang berkunjung. Maka dari itu, dengan adanya video *company profile* ini dapat meningkatkan para pelanggan yang berkunjung di mitra tersebut. Metode pelaksanaan proyek video *company profile* ini menggunakan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pembuatan video *company profile* ini dapat membantu mitra Auto Mandiri dalam menarik para perhatian masyarakat sekitar dan meningkatkan para pelanggan yang berkunjung. Pengembangan video *company profile* ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan video *company profile* kedepannya.

Abstract

Video company profile is one of the media used by clients in digitally promoting their company to the public. With the company profile video, the public can find out more about the company without having to visit the company. Currently, Auto Mandiri partners do not yet have a company profile video, so these partners are little known by the local community, which causes a lack of visiting customers. Therefore, with this company profile video, it can increase customers who visit these partners. The company profile video project implementation method uses the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model. Making this company profile video can help Auto Mandiri partners attract the attention of the local community and increase visiting customers. The company profile video development is expected to be used as a reference in the future company profile video development.

Keywords: Video, Company Profile, MDLC

Pendahuluan

Auto Mandiri merupakan sebuah mitra yang bergerak di bidang jasa pelayanan perbaikan, baik itu pada kendaraan roda dua hingga kendaraan roda empat. Auto Mandiri sudah berdiri sejak tahun 2007 yang terletak di Komp. Kwarta Karsa Perdana (Nagoya Point) Blok E No. 7, Lubuk Baja Kota, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Prov. Kepulauan Riau. Selama ini Auto Mandiri hanya memperkenalkan instasinya melalui brosur, *banner*, dan kartu profil. Namun, masih sedikit informasi mengenai Auto Mandiri serta

informasi terkait pelayanan yang ada. Sehingga, masyarakat umum jadi kurang mengenal dan mengetahui tentang keberadaan Auto Mandiri.

Dengan perkembangan teknologi yang hadir di era ini khususnya media *online* seperti media sosial, website, dan lain sebagainya (Apriananta & Wijaya, 2018), sehingga sudah terdapat fasilitas dalam menjalankan media audio-visual. Media audio visual merupakan kombinasi dari audio dan visual atau disebut dengan media pandang-dengar. Audio visual bertujuan dalam menjadi penyajian dalam

menyampaikan suatu informasi secara lengkap dan optimal (Gabriela, 2021). Bentuk salah satu dari visualisasi yaitu video. Video merupakan suatu media elektronik yang mampu menggabungkan audio dan visual, sehingga dapat menghasilkan suatu tontonan yang menarik (Putri, 2021). Video dapat digunakan dalam menyampaikan informasi berupa promosi yang dapat memberikan pengaruh kepada para konsumen (Nikan & Adnas, 2022).

Salah satu media penyampaian informasi dari sebuah perusahaan, lembaga, ataupun instansi dapat melalui video *company profile*. Video *company profile* merupakan bentuk lain dari *company profile* dengan format audio visual berupa cuplikan video yang diperbagus dengan tampilan animasi dan grafis, ilustrasi musik yang sesuai dengan narasi, serta menampilkan *presenter* apabila diperlukan (Valentino & Hardiansyah, 2020). Kelebihan dari video *company profile* yaitu dapat diunggah di media social, sehingga informasi tersebut mampu menjangkau jaringan yang jauh lebih luas (Kusumo & Sulartopo, 2019).

Di dalam laporan ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan merancang dan mengembangkan sebuah video *company profile* yang berjudul “Perancangan dan Implementasi Video *Company Profile* di Auto Mandiri dengan Menggunakan Metode MDLC”. Kegiatan pengabdian tersebut diharapkan dapat membantu Auto Mandiri dalam menyebarluaskan informasi mereka kepada masyarakat.

Masalah

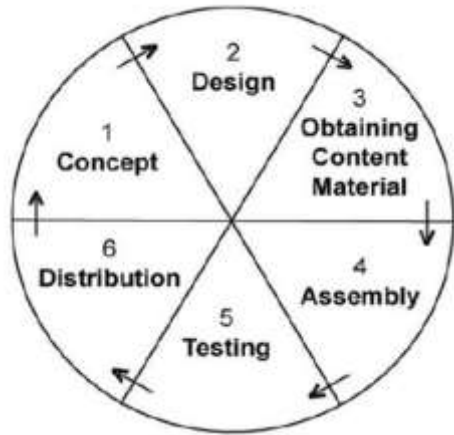
Kurangnya media promosi secara digital yang oleh Auto Mandiri menyebabkan instansi tersebut kurang diperhatikan oleh para pelanggan di sekitar. Selama ini, Auto Mandiri hanya mempromosikan instansi mereka melalui media cetak yaitu brosur, *banner*, serta kartu profil sehingga kurang tersebar luasnya informasi Auto Mandiri kepada masyarakat luar.

Media promosi secara digital merupakan salah satu media pemasaran yang hingga saat ini banyak diminati oleh para masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan (Khoerunnisa et al., 2021). Media yang dipromosikan secara digital dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kepada para konsumen (Lustono & Cahyani, 2020).

Dari fenomena tersebut, penulis akan mengembangkan sebuah media promosi secara digital salah satunya yaitu video *company profile*. Dengan dikembangkannya video *company profile* tersebut diharapkan dapat mengatasi permasalahan pada Auto Mandiri yaitu kurangnya perhatian para masyarakat pada Auto Mandiri.

Metode

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi. Penulis akan mengunjungi secara langsung ke lokasi mitra Auto Mandiri. Kunjungan ini bertujuan agar penulis dapat melakukan observasi terhadap kondisi yang dialami oleh mitra Auto Mandiri. Setelah melakukan observasi, penulis akan mulai menyusun jadwal dalam pengerjaan proyek dengan merancang sebuah gambaran kasar atau *storyboard*. *Storyboard* merupakan sebuah penyusun grafik sekumpulan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan secara berurutan dengan tujuan visualisasi grafik bergerak atau urutan media interaktif, termasuk interaktivitas website (Imbar et al., 2021). Pengerjaan proyek ini dilakukan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).



Gambar 1. *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*

MDLC merupakan metode yang sesuai dalam merancang dan mengembangkan suatu media aplikasi yang merupakan gabungan dari media gambar, suara, video, animasi dan lain-lainnya. Metode MDLC terdiri dari *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution* (Mustika, 2018). Alur pelaksanaan proyek kegiatan pengabdian yang menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* ini, yaitu sebagai berikut:

1. *Concept*

Dalam tahapan ini, akan dilaksanakan suatu peninjauan terhadap hasil observasi yaitu sebuah konsep proyek pengabdian yang telah disepakati bersama dengan pihak mitra.



Gambar 2. Kunjungan Pertama di Mitra

Tahapan di dalam pengabdian proyek ini dimulai dengan perencanaan dengan dosen dan juga pihak mitra. Kemudian dilanjutkan dengan kunjungan pertama ke lokasi mitra untuk melakukan wawancara kepada pihak mitra. Adapun tujuan dari wawancara tersebut untuk mendapatkan kesepakatan mengenai gambaran dan ide dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 3. Penandatanganan MoU & MoA

2. *Design*

Ide dan konsep yang telah disetujui oleh mitra akan dibuat dan dikembangkan menjadi sebuah video. Video tersebut berisikan mengenai *footage* lokasi beserta informasi dari mitra Auto Mandiri. Tahapan awal akan dimulai dengan merancang sebuah *storyboard* agar dapat membantu dalam proses alur pengembangan video *company profile* menjadi lebih terarah dan efektif.



Gambar 4. Proses *Editing* Logo dengan Aplikasi Adobe Photoshop

Setelah *storyboard* tersebut telah dibuat, penulis akan pergi kembali ke lokasi mitra untuk mengambil beberapa gambar dan *footage* video berdasarkan *storyboard* yang telah dirancang.

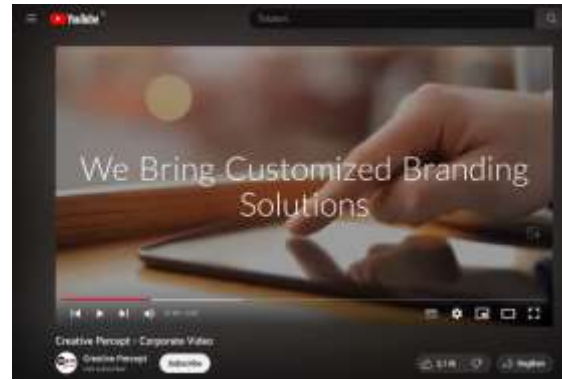
3. *Material Collecting*

Tahapan ini akan dilakukannya pengumpulan setiap *footage* video dan foto berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat.



Gambar 5. Referensi Video Pertama melalui Youtube

Adapun peralatan yang digunakan dalam mengambil gambar dan video tersebut yaitu berupa kamera dan *smartphone*. Untuk model kamera yang digunakan berupa Canon dengan resolusi 24MP dan untuk model *smartphone* berupa Poco X3 Pro, dengan menggunakan kamera 48MP, resolusi 2160p.



Gambar 6. Referensi Video Kedua melalui Youtube

Untuk gambar yang telah dikumpulkan dan disortir, selanjutnya akan diedit dengan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop.

4. *Assembly*

Terdapat 3 tahapan di dalam *assembly*, yaitu:

a. *Composite*

Proses *composing* akan dilakukan proses *import* terhadap video *footage* yang telah dibuat dan akan dimasukkan ke dalam aplikasi Adobe Premiere Pro. Penyusunan *footage* video akan menyesuaikan dengan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Resolusi video yang digunakan yaitu 1920 x 1080 dengan *framerate* 60 *frame per second* (FPS).

b. *Trimming*

Di dalam proses ini akan dilakukan tahapan seleksi pada bagian video dan pemotongan pada yang tidak diperlukan di dalam video *company profile*. Tahapan tersebut menggunakan fitur *cut* dari aplikasi Adobe Premiere Pro.

c. *Rendering*

Proses *rendering* merupakan sebuah proses dalam menghasilkan sebuah citra 2D dari data 3D (Nyoman et al., 2018). Video tersebut

akan di-render di dalam aplikasi Adobe Premiere Pro dengan pengaturan yang diberikan berupa resolusi 1920 x 1080 dan *frame* dengan 60 FPS.



Gambar 7. Proses *Editing* Video Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro



Gambar 8. Proses *Rendering* Video dengan Aplikasi Adobe Premiere Pro

5. *Testing*

Setelah video selesai di-render, selanjutnya akan dilaksanakan tahapan evaluasi. Hal yang akan dievaluasikan yaitu kesesuaian video terhadap *storyboard* yang telah dibuat.



Gambar 9. Proses *Upload* Video *Company Profile* di Youtube

6. *Distribution*

Dalam tahapan ini, video *company profile* yang telah

menjalankan tahapan evaluasi akan dipublikasikan ke dalam media sosial Youtube. Untuk resolusi yang akan digunakan berupa 144p, 360p, 720p60, dan 1080p60. Video yang dipublikasikan pada Youtube bertujuan agar dapat mempromosikan mitra Auto Mandiri kepada masyarakat luar. Setelah itu, penulis akan menilai hasil dari video tersebut berdasarkan dari pendapat pihak mitra Auto Mandiri.



Gambar 10. Video *Company Profile* yang telah di-*upload* dalam Youtube

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlaku selama 3 bulan yang dilaksanakan di lokasi Auto Mandiri untuk pengambilan *footage* video dan untuk pengeditan dan penggabungan gambar.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

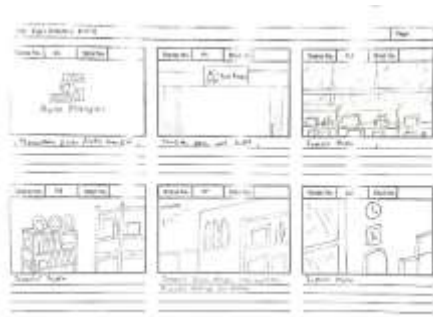
No	Kegiatan	Tahun 2023											
		Feb		Mar				Apr			Mai		
		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
1	Wawancara dengan mitra Auto Mandiri	■											
2	Pembuatan Proposal KP		■	■	■								
3	Kunjungan Pertama ke mitra Auto Mandiri					■							
4	Kunjungan Kedua ke mitra Auto Mandiri						■						
5	Pemilihan foto dan video yang akan dipakai							■					
6	Kunjungan Ketiga ke mitra Auto Mandiri								■				
7	Editing foto dan Video									■	■	■	■
8	Kunjungan Keempat ke mitra Auto Mandiri										■	■	■
9	Pembuatan Laporan Akhir KP											■	■
10	Pembuatan Artikel KP												■

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pengembangan video

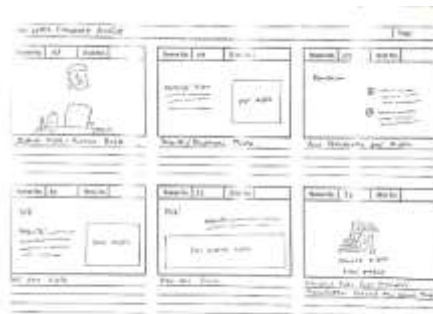
company profile dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2023 sampai dengan tanggal 11 Mei 2023. Pengembangan video *company profile* ini menggunakan *hardware* berupa laptop. Untuk foto yang didapatkan akan diedit menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dengan fitur yang digunakan berupa *crop*, *paint*, *quick selection tool*, dan *lasso tool*. Untuk video, akan diedit dan *render* menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro serta memakai fitur *cutting*, *import photo & video*, *sound effect*, dan *export video*.

Berikut *storyboard* yang telah dibuat dalam pengabdian ini:



Gambar 11. *Storyboard Scene 1-6*

Storyboard dibuat dengan menggunakan bahan berupa kertas A4 dan alat berupa pensil dan penghapus. Jumlah dari *storyboard* yang dikembangkan berjumlah total 12 *scene*.



Gambar 12. *Storyboard Scene 7-12*

Berikut luaran atau *output* video yang telah diedit:



Gambar 13. *Opening Video Company Profile*

Pada gambar 13 merupakan bagian pembuka dengan ditampilkannya logo dari mitra Auto Mandiri yang kemudian dilanjutkan dengan transisi yang menampilkan judul secara perlahan.



Gambar 14. *Exterior Mitra Auto Mandiri*

Pada gambar 14 ditampilkannya bagian luar dari mitra Auto Mandiri yang dilanjutkan dengan transisi menampilkan judul dan teks yang berisikan informasi mengenai lokasi dari mitra tersebut. Penulis juga tidak lupa untuk menampilkan logo dari mitra Auto Mandiri yang ditampilkan pada bagian pojok kanan atas.



Gambar 15. *Interior Mitra Auto Mandiri*

Setelah menampilkan bagian dari luar mitra, penonton akan dibawa ke dalam interior dari mitra Auto Mandiri yang selanjutnya ditampilkan penjelasan singkat mengenai tahun berdirinya mitra Auto Mandiri. Video interior dari mitra tersebut akan menampilkan beberapa *angle* di tempat berbeda yang diteruskan dengan efek transisi *fade in*. Gambar tersebut dapat

dilihat dari gambar 15 sampai dengan gambar 18.



Gambar 16. Interior Mitra Auto Mandiri



Gambar 17. Interior Mitra Auto Mandiri

Pada gambar 17 ditampilkannya keadaan *indoor*, bahan dan alat yang dimiliki oleh mitra beserta tampilan teks dengan diberikan efek transisi. Teks tersebut berisikan informasi mengenai fasilitas yang dimiliki oleh mitra.



Gambar 18. Interior Mitra Auto Mandiri

Pada gambar 19, video tersebut akan menampilkan ruangan yang diduduki oleh pemilik dari mitra Auto Mandiri. Penulis juga tidak lupa untuk meletakkan teks yang diberikan efek transisi. Teks tersebut menampilkan nama pemilik dari mitra Auto Mandiri.



Gambar 19. Ruangan Pemilik Mitra Auto Mandiri

Pada gambar 20, setelah menampilkan keadaan ruangan pemilik mitra, penonton akan dibawa ke dalam bagian penjelasan. Penjelasan tersebut akan menampilkan gambar judul mitra dan teks per huruf agar dapat membantu penonton dalam fokus pada teks tersebut. Di dalam bagian tersebut, akan diberikan penjelasan mengenai mitra Auto Mandiri mulai dari tahun berdirinya hingga tujuan dari didirikannya mitra tersebut.



Gambar 20. Deskripsi Mitra Auto Mandiri

Kemudian, pada gambar 21 akan ditampilkan layanan yang disediakan oleh mitra Auto Mandiri. Penulis juga memberikan sedikit efek pada teks tersebut agar dapat memperunik video tersebut. Deskripsi tersebut ditampilkan agar penonton mengetahui mengenai layanan pada mitra Auto Mandiri.



Gambar 21. Jenis Pelayanan yang diberikan Mitra Auto Mandiri

Pada gambar 22 juga terdapat bagian visi dari mitra Auto Mandiri dan misi yang dimiliki oleh mitra pada gambar 23. Di dalam bagian gambar 22, penulis memberikan efek pada teks tersebut dengan menambahkan efek berupa menampilkan setiap kata dari bawah ke atas. Pada gambar 23 diberikan efek pada teks berupa teks yang ditampilkan perhuruf dari kiri ke kanan.



Gambar 22. Visi Mitra Auto Mandiri



Gambar 23. Misi Mitra Auto Mandiri

Pada gambar 24 merupakan bagian penutup. Hal yang ditampilkan berupa logo dari mitra Auto Mandiri, lokasi dari mitra, beserta dengan nomor kontak yang dapat dihubungi kepada pihak mitra. Efek yang diberikan saat menampilkan logo beserta teks berupa *fade in* yang kemudian dilanjutkan dengan *fade out* saat videonya telah selesai.



Gambar 24. Penutup Video Company Profile

Video *company profile* pada mitra Auto Mandiri berisikan mengenai informasi beserta lokasi pada mitra. Proses dari pengembangan video *company profile* ini bertujuan agar dapat menghasilkan perubahan pada keadaan pelanggan di mitra yang sebelumnya sepi menjadi ramai. Penulis melaksanakan pengabdian masyarakat di Auto Mandiri dan mengembangkan sebuah video *company profile* dengan melakukan observasi serta implementasi. Dalam kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa video *company profile* ini diperlukan oleh mitra Auto Mandiri dalam menarik perhatian para masyarakat sekitar hingga kepada masyarakat luar.

Berikut merupakan hasil yang telah dicapai oleh penulis setelah menyelesaikan proyek pengabdian masyarakat pada mitra Auto Mandiri:

1. Penulis telah mengembangkan sebuah video *company profile* yang telah didiskusikan dengan mitra Auto Mandiri sesuai dengan permintaan yang diperlukan.
2. Pengembangan video *company profile* diterapkan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dan Adobe Premiere Pro dengan menggunakan elemen-elemen yang disediakan oleh kedua aplikasi tersebut.
3. Dengan penerapan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) dapat mempermudah penulis dalam melaksanakan pengembangan video *company profile*.
4. Dengan dikembangkannya video *company profile* dari penulis, maka mitra dapat lebih mudah dalam menyebarluaskan informasi mereka kepada masyarakat luar serta mitra Auto Mandiri dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar.
5. Video *company profile* yang dibuat oleh penulis dapat dijadikan sebagai referensi oleh pihak mitra Auto Mandiri dalam mengembangkan video *company profile* yang akan datang.

Simpulan

Di dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, penulis juga ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Video *company profile* yang dibuat oleh penulis dapat dijadikan sebagai referensi oleh pihak mitra Auto Mandiri dalam mengembangkan video *company profile* yang akan datang.
2. Kepada penulis berikutnya dalam pengembangan video *company profile* dapat meliputi seluruh fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh mitra, sehingga dapat memaksimalkan kualitas dari mitra tersebut.
3. Kegiatan pengabdian ini juga diharapkan dapat selalu diteruskan pada masa kedepannya serta dapat dijadikan sebagai referensi pada pengabdian kepada masyarakat yang selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 187–209. <https://doi.org/10.33508/JK.V7I2.1750>
- Gabriela, N. D. P. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Audio Visual Terhadap Peningkatan Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 2(1), 104–111
- Imbar, K., Ariani, D., Widyaningrum, R., & Syahyani, R. (2021). Ragam Storyboard Untuk Produksi Media Pembelajaran. *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 4(1), 108–120. <https://doi.org/10.21009/JPI.041.14>
- Khoerunnisa, Ri'aeni, I., & Suhara, R. B. (2021). Penggunaan Media Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada Akun @Hijup.com (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Hijup.com). *JIKA* (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan), 4(1), 30–4. <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/article/view/3676>
- Kusumo, F., & Sulartopo, S. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(1), 33–41. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/view/61>
- Lustono, & Cahyani, F. L. (2020). Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20(1), 11–2. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/article/view/18>
- Mustika. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Sumsel Museum Berbasis Mobile Menggunakan Metode Pengembangan Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *MIKROTIK: Jurnal Manajemen Informatika*, 8(1), 1–1. <http://ojs.ummetro.ac.id/index.php/mikrotik/article/view/746>
- Nikan, M. U., & Adnas, D. A. (2022). The Effect of Online Video Marketing Promotion and Brand Awareness on Consumer Purchasing Decisions at MSMEs Make Di Fried Chicken. *INFOKUM*, 10(5), 489–49. <http://infor.seaninstitute.org/index.php/infokum/index>
- Nyoman, I., Hartawan, B., & Dirgayusari, A. M. (2018). Analisis Rendering Video Animasi 3D Menggunakan Aplikasi Blender Berbasis Network Render. *Jurnal RESISTOR (Rekayasa Sistem Komputer)*, 1(1), 25–3. <https://doi.org/10.31598/JURNALRESISTOR.V1I1.223>

- Putri, R. P. (2021). Analisis Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video pada Pembelajaran Tematik Terpadu di Sekolah Dasar. *Journal of Basic Education Studies*, 4(1), 3068–308
- Valentino, D. E., & Hardiansyah, M. J. (2020). Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.38204/TEMATI.K.V7I1.285>