

Perancangan Video *Company Profile* Pada Prumajesty Agency Melalui Davinci Resolve 18

Junaidi Kwok¹, Tony Wibowo²

Universitas Internasional Batam

e-mail: 2031129.junaidi@uib.edu.id¹, tony.wibowo@uib.ac.id²

Abstrak

Video *company profile* merupakan salah satu media yang menunjukkan kepercayaan pada perusahaan. PruMajesty Agency adalah salah satu cabang dari Prudential yang mengutamakan layanan finansial. Latar belakang mengenai perusahaan didasarkan pada hasil pengamatan dan wawancara penulis mengenai permasalahan perusahaan tentang kepercayaan terhadap nasabah. Penulis menemukan kurangnya kepercayaan antara hubungan perusahaan dengan nasabah. Metode pengembangan proyek pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Setelah itu dilakukan dengan cara merancang video, persiapan, pelaksanaan, dan diskusi. Hasil PkM yang penulis lakukan menunjukkan adanya peningkatan hubungan antara perusahaan dengan nasabah, sehingga proses perusahaan semakin lancar dan jumlah nasabah yang dicapai berupa video yang dinonton meningkat, serta banyaknya kontak nasabah. Berdasarkan hasil analisis, maka penulis mengajukan saran-saran seperti perlunya meningkatkan kemampuan komunikasi, sehingga tidak menyebabkan ambiguitas dalam proses serta memprioritaskan hubungan erat antara nasabah dan perusahaan.

Abstract

Video Company profile is one of the media to gain trust within the company. PruMajesty is one of the branches from Prudential that prioritize financial services. Background of this company is from examination and researcher's interview about issue of gaining trust within the client. Writer has found the cause lack of trust between the company and the client. The research method will be using analyse descriptive with collecting data by observe and interview, after that creating video, preparing, executing, and discussion. Result of this society service will be the evidence of proving there's an improvement between company and client so the process will be smooth, and amount of client has been increased by, number of views, client's contact increasing. Based on the research result, and discussion chapter researcher given suggestions requires better communication so there won't be ambiguous during the process, prioritize relationship between client and company.

Keywords: Video, Observasi, Wawancara, Desain

Pendahuluan

Company profile merupakan definisi dari suatu perusahaan yang memberikan gambaran umum tentang perusahaan tersebut. Meskipun gambaran ini tidak lengkap dan mendalam, perusahaan dapat memilih poin-poin yang ingin disampaikan kepada publik secara terbuka. Isi dari *company profile* meliputi sejarah perusahaan, ideologi dasar, budaya, sambutan dari pimpinan, identitas, visi dan

misi, strategi, sumber daya manusia, sistem pelayanan dan fasilitas, prestasi dan keunggulan, *annual report*, deskripsi produk, serta program pengembangan di masa mendatang. Tujuan dari *company profile* adalah sebagai identitas perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan pihak terkait, serta sebagai media promosi dan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan (Maharani Jasmine & Benaya Loen, 2020).

Company profile ada dalam berbagai bentuk seperti website, tercetak, aplikasi interaktif, dan video. Pilihan bentuk *company profile* tergantung pada kebutuhan masing-masing perusahaan. Dalam perkembangan teknologi, *company profile* dalam bentuk video lebih banyak digunakan karena dianggap lebih menarik. Video merupakan rangkaian gambar-gambar mati yang ditampilkan secara berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Penggunaan teknologi video tidak hanya terbatas pada media televisi, tetapi juga dapat digunakan dalam berbagai bidang seperti teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah "video" juga merujuk pada video tape, perekam video, dan pemutar video (Maharani Jasmine & Benaya Loen, 2020).

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada 1995 dan merupakan bagian dari Prudential PLC yang menyediakan asuransi jiwa dan kesehatan serta manajemen aset dengan berfokus di Asia dan Afrika. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk produk yang dikaitkan dengan investasi sejak lebih dari 20 tahun lalu. Hingga 31 Desember 2022, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dengan 6 kantor pemasaran di Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan, dan Batam serta 356 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia. Sampai akhir 2022, didukung oleh lebih dari 150.000 Tenaga Pemasar berlisensi.

Prudential Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). PruMajesty Agency adalah salah satu cabang dari Prudential yang mengutamakan layanan finansial yang berada di Batam.

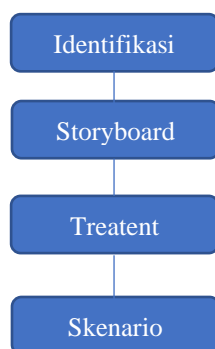
Masalah

Sejak PruMajesty Agency Batam berdiri hingga sekarang, perusahaan ini terus berkembang dengan beradaptasi terhadap perubahan teknologi yang pesat mulai dari identitas. Identitas pada perusahaan ini merupakan perusahaan asuransi. Level urgensinya sedang dan mesti diselesaikan karena dapat menyebabkan masalah besar. Latar belakang pada mitra ini berupa jumlah nasabah semakin berkurang karena kurangnya pengetahuan nasabah mengenai asuransi dan juga dari perusahaan belum mengetahui tentang media sebagai identitas, sehingga kepercayaan antara nasabah dengan perusahaan tidak dapat tercapai (Julianti & Hidayat, 2020). Setelah diselidiki lebih lanjut, pemilik perusahaan yang sibuk juga menimbulkan penyebab terjadinya masalah ini. Dari pengumpulan masalah tersebut, maka solusi yang akan dilakukan perlu adanya media desain grafis sebagai profil perusahaan yang menjelaskan tentang layanan asuransi di Batam.

Metode

Hasil pengumpulan data berupa laporan yang merupakan laporan jumlah pelanggan yang berpartisipasi dalam PkM ini. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam pengabdian PruMajesty Agency adalah sebagai berikut (Erich et al., 2023):

1. Observasi, caranya adalah dengan berkunjung langsung ke tempat kerja pengabdian dan mencari informasi yang bersangkutan secara akurat.
2. *Interview* yaitu peneliti melakukan sesi tanya jawab dengan anggota untuk menanyakan kegiatan dan kebutuhan penulis selama merancang desain.



Gambar 1. Model Perancangan Pembuatan Video *Company Profile*

Pembahasan

PruMajesty Agency memiliki tahap yang akan dirancang dalam membantu pemilik mengatasi kendala-kendala yang ditemukan yaitu:

1. Melakukan *survey* lapangan dengan PruMajesty Agency sebagai tempat pengabdian pilihan penulis. Alasan penulis memilih PruMajesty Agency adalah karena anggotanya sudah sangat paham dan perencanaannya mudah dilakukan.
2. Mengidentifikasi masalah yang dihadapi PruMajesty Agency dalam menjalankan bisnisnya dan ketika masalah tersebut ditemukan, penulis mencari solusi dan memecahkan masalah tersebut untuk membantu para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya.
3. Penulis membuat model-model yang diperlukan di PruMajesty Agency seperti font dan palet warna. Penulis kemudian menyiapkan formulir untuk memberikan data sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
4. Pada tahap akhir desain video, digunakan sebagai pelengkap yang diperlukan agar dapat berfungsi dengan baik seperti yang diinginkan pembuatnya.

Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini dibagi menjadi 3, yaitu (Ferreira et al., 2023) (Eko Valentino & Jodi Hardiansyah, 2020):

1. Tahap Persiapan

- a. Penulis melakukan studi lapangan untuk membuat desain media bagi UKM di Batam.
- b. Setelah menemukan pekerjaan pengabdian, penulis mengunjungi pemilik PruMajesty Agency dan mewawancarai tentang kegiatan operasional perusahaan serta kendala yang terjadi di perusahaan. Penulis juga meminta persetujuan pemilik agar dapat melakukan kerja pengabdian bersama perusahaan.
- c. Pemilik memberi wewenang kepada penulis untuk menyiapkan laporan kerja pengabdian tentang usahanya dan bersedia memberikan informasi yang diperlukan kepada penulis untuk menyiapkan laporan ini.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi dilakukan pada awal Juni 2023 dan diawali dengan pengumpulan informasi yang diterima oleh PruMajesty, yang dijabarkan sebagai berikut (Sembiring & Hastuti, 2020) (Nugroho & Kurniawan, 2022):

- a. Mulai melakukan wawancara dengan pemilik PruMajesty Agency dan memantau perusahaan mengenai keadaan perusahaan, permasalahan, dan laporan pelanggan yang dilakukan oleh pemilik apakah peraturan yang berlaku sudah sesuai.
- b. Pertemuan berulang kali dengan pemilik untuk membahas lebih lanjut masalah yang teridentifikasi dan memberikan penilaian solusi

- yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.
- c. Rancangan awal dalam produksi berbasis Microsoft Power Point seperti desain dan kuantitas penampilan wajib pemilik PruMajesty Agency.
- d. Pengembangan sistem dan perencanaan desain sesuai perusahaan yang dibutuhkan.

3. Tahap Diskusi

No	Scene	Setting Kamera	Angle
1	Pembukaan: agen pemilik perusahaan masuk ke kantor	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Long shot
2	Introduksi: agen pemilik perusahaan menghadap kamera sambil menyambutan kedatangan	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Medium Long shot
3	Interaksi agen dengan nasabah melalui profil perusahaan	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Medium Close up, Two shot
4	Kelanjutan dari profil perusahaan	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Over shoulder, Two Shot
5	Misi pencapaian perusahaan dengan interaksi nasabah yang sukses	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Low angle, Two Shot
6	Nilai inti Prudential	Front Camera, Full View, Auto, Grid 3 x 3	Medium Long Shot, Close Up, Group Shot

Tahap diskusi dilakukan pada proses pengabdian seperti berikut (Kusumo & Sulartopo, 2019):

1. Menunjukkan proses desain berupa video kepada pemilik sebelum lanjut.

2. Mengumpulkan pendapat pemilik dan merevisi perancangan.
3. Penulis memberikan saran kepada pemilik mengenai desain secara bertahap-tahap jika diperlukan.
4. Mengumpulkan pendapat dari masyarakat mengenai perancangan video apabila akan digunakan untuk kedepannya.

Pada tahap ini, penulis menentukan penggunaan kamera melalui *smartphone* penulis berupa Samsung S4. Berikut adalah tabel yang digunakan sesuai *video company profile* (Kabelen, 2022) (Halim & Yulius, 2020):



Gambar 2. Slide Pertama Berupa Judul Perusahaan
Sumber: Peneliti (2023)



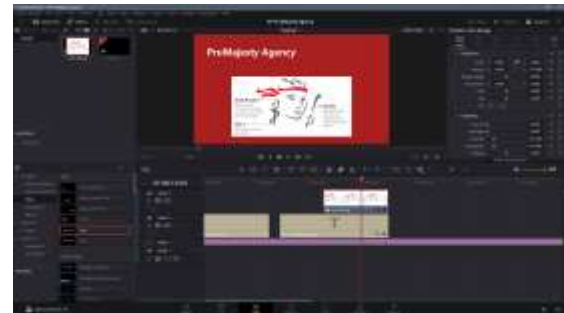
Gambar 3. Slide Pengertian Umum Tentang PruMajesty Agency
Sumber: Peneliti (2023)



Gambar 4. Slide Arti Logo/Symbol pada Prudential
Sumber: Peneliti (2023)



Gambar 5. Slide Laporan Keuangan yang Sesuai dengan Laporan Perbulan dari Perusahaan
Sumber: Peneliti (2023)



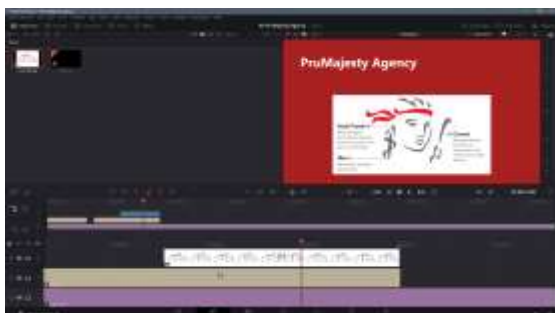
Gambar 9. Proses Penampilan “Edit” pada DaVinci Resolve 18
Sumber: Peneliti (2023)



Gambar 6. Slide Misi yang Akan Dicapai dari PruMajesty Agency
Sumber: Peneliti (2023)



Gambar 7. Slide Penutup Tentang Nilai yang Akan Dicapai Apabila Mengikuti Agen PruMajesty Agency
Sumber: Peneliti (2023)



Gambar 8. Penampilan “Cut” pada DaVinci Resolve 18
Sumber: Peneliti (2023)

Dengan adanya pengabdian ini dapat membantu keperluan perusahaan tercapai, karena dengan terbentuknya video *company profile* dapat mengenal profil perusahaan tanpa ada keraguan. Hasil dari perancangan video *company profile* ini merupakan kontribusi dari penulis kepada pemilik Perusahaan, maka pemilik dapat menggunakan ataupun memodifikasi sebagai dokumentasi kedepannya.

Simpulan

PruMajesty Agency merupakan perusahaan asuransi yang berada di Batam yang berusaha meningkatkan kepercayaan kepada nasabah. Penyebab permasalahan adalah kurangnya kemampuan komunikasi antar perusahaan dengan nasabah, sehingga jumlah nasabah tidak dapat tercapai. Metode pelaksanaan ini dilakukan dengan cara merancang video, hasil, dan luaran yang dicapai dengan meningkatnya jumlah nasabah serta video yang dinonton meningkat sehingga proses perusahaan semakin lancar.

Saran

Dengan adanya pengabdian ini, penulis dapat memberikan saran berupa memperbanyak komunikasi supaya tidak menyebabkan keambiguan antara mitra.

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>
- Erich, E., Pujianto, P., & Muris, A. A. (2023). Pembuatan Company Profile Rutan Klas II B Baturaja Menggunakan Android Studio. *Intech*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.54895/intech.v4i1.1817>
- Ferreira, M., Lopes, B., Granado, A., Siopa, C., Gaspar, H., Castro, H., Castro, S., & Loureiro, J. (2023). Video abstract production guide. *Frontiers in Communication*, 8(June). <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1060567>
- Halim, B., & Yulius, Y. (2020). Hubungan Peletakan Kamera (Angle) dalam Iklan Berbentuk Video. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 5(1), 18–24. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v5i1.959>
- Julianti, I., & Hidayat, F. (2020). Sistem Informasi Perhitungan Komisi Agent Pru Damai Agency Batam berbasis Smartphone Android. In *Zona Komputer: Program Studi Sistem Informasi Universitas Batam* (Vol. 10, Issue 2). <https://doi.org/10.37776/zk.v10i2.409>
- Kabelen, N. W. (2022). Analisis Dramatisasi Shot Video pada Iklan Sampo “Pantene.” *Nirmana*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.1-7>
- 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. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v5i1.1456>
- Maharani Jasmine, A., & Benaya Loen, R. (2020). Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry (The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry). *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>
- Sembiring, E. B., & Hastuti, T. W. (2020). Company Profile KPKNL Batam dalam Bentuk Video. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 4(2), 43–54. <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2420>