

Media Video *Company Profile* Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT Putra Karya Jasa Usaha

Lusyani Sunarya¹, Mochammad Febrianto², Qathrunnada Salsabil³

^{*123}Program Studi Teknik Informatika Universitas Raharja

Email: ^{*1}lusyani@raharja.info, ²mochammad.febrianto@raharja.info,
³qathrunnada@raharja.info

Abstrak

Media video merupakan bagian terpenting bagi pengusaha, salah satunya media video yang dapat menggambarkan identitas perusahaan, seperti *company profile*. Video ini sekaligus memberikan informasi dan promosi kepada pasar yang diinginkan perusahaan. Salah satu perusahaan yang membutuhkan *company profile* adalah PT. Putra Karya Jasa Usaha, yaitu perusahaan otobus dengan kantor pusat bernama Putra KJU, yang berpusat di Kavling Komersial, Jl. Citra Raya Boulevard No. 4, Kabupaten Tangerang. Permasalahannya, media sebelumnya hanya menggunakan media sosial dan media cetak yang konsepnya sangat sederhana. Sejak pandemi 2020, terjadi penurunan relasi sebanyak 18,8% dan jumlah penumpang berkurang hingga 61,6%. Sebaliknya, perusahaan memiliki 16 asosiasi pada tahun sebelumnya, serta 751.463 penumpang dalam setahun. Hal ini membuat Putra KJU terdorong untuk membuat video *company profile* sebagai media promosi dan informasi dalam memberikan gambaran tentang profil dan pelayanan yang mereka tawarkan pada calon penumpang atau klien. Metode pembuatan video *company profile* yaitu pengumpulan data, perancangan media, dan Konsep Produksi Media (KPM). Melalui Video *company profile* ini, Putra KJU dapat memperkenalkan identitas perusahaan dan membantu pemasaran agar lebih dikenal banyak orang.

Kata kunci : Video, *Company Profile*, Otobus

Abstract

Video media is the most important part for entrepreneurs, one of which is video media that can describe a company's identity, such as a company profile. This video simultaneously provides information and promotions to the market the company wants. One company that requires a company profile is PT. Putra Karya Jasa Usaha, namely an autobus company with a head office named Putra KJU, which is headquartered in the Commercial Lot, Jl. Citra Raya Boulevard No. 4, Tangerang Regency. The problem is, previously the media only used social media and print media, the concept of which was very simple. Since the 2020 pandemic, there has been a decrease in relations by 18.8% and the number of passengers has decreased by 61.6%. In contrast, the company had 16 associations in the previous year, as well as 751,463 passengers in a year. This motivated Putra KJU to make a company profile video as a promotional and information medium to provide an overview of the profile and services they offer to prospective passengers or clients. The method for making a company profile video is data collection, media design, and the Media Production Concept (KPM). Through this company profile video, Putra KJU can introduce corporate identity and help with marketing so that it is better known to many people.

Keywords : Video, *Company Profile*, Otobus

1. PENDAHULUAN

Video adalah bagian terpenting bagi para pengusaha, dalam membangun sebuah perusahaan wajib memiliki media *company profile* sebagai identitas perusahaan. *Video* merupakan media elektronik yang digunakan dalam menggandakan, merekam, dapat dimainkan kembali, menampilkan serta menyiarkan dan mampu menampilkan media *visual* bergerak^[1]. *Company profile* atau profil perusahaan adalah suatu gambaran tentang perusahaan yang dikelompokkan dalam sebuah media dan digunakan oleh perusahaan sebagai sarana mempromosikan perusahaan kepada publik^[2]. Hal tersebut dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan seluruh lingkup perusahaan untuk menjalin kerjasama yang baik dengan klien, mendapatkan kepercayaan calon penumpang, serta dijadikan sebagai media promosi untuk masyarakat luas. Promosi adalah salah satu bentuk strategi untuk memperkenalkan suatu produk, jasa atau layanan secara publik agar lebih dikenal secara luas dan menciptakan ketertarikan tersendiri, sehingga dapat memenuhi pencapaian target yang diinginkan^[3]. Sehingga *company profile* sangat penting untuk membangun citra perusahaan dan mencapai target pasar.

PT Putra Karya Jasa Usaha berpusat di Kavling Komersial Bunderan, Jl. Citra Raya Boulevard No. 4, Mekar Bakti, Kec. Panongan, Kabupaten Tangerang, merupakan perusahaan bus dengan kantor pusat yang bernama Putra KJU, perusahaan ini bergerak dibidang transportasi darat dalam melayani masyarakat dengan pelayanan nomor satu untuk semua kalangan. Perusahaan ini mencoba untuk memperbanyak relasi dengan beberapa perusahaan dan membuka beberapa program layanan mulai dari layanan *shuttle bus* yang menggunakan armada tipe *minibus* (ELF/HIACE) konfigurasi 15-19 *seat*, dengan cakupan area mulai dari Tangerang, Serang, Rangkas Bitung, Bandung. Layanan *charter* dan antar jemput karyawan yang menggunakan armada tipe *minibus* (ELF/HIACE) konfigurasi 15-19 *seat*, *Medium bus* (ISUZU/CANTER/HINO) konfigurasi 31 *seat*, *Big bus* (Mercedes Benz OH 1626/1526) konfigurasi 59 *seat* dengan cakupan area layanan di Sumatera, Jawa, Bali, dan Lombok. Layanan Domestik yang menggunakan kendaraan CDE-3000 dan CDD-6000 dengan kapasitas pengangkutan minimal 1 kg hingga kendaraan bermotor dengan cakupan area Pulau Jawa, dan yang terakhir penyewaan mobil menggunakan armada tipe CDE-3000, CDD-6000 dan *Grandmax Blind Van*.

Pada tahun 2019 terdapat 16 perusahaan yang bekerjasama dengan Putra KJU dan terdapat 751.463 penumpang dalam setahun, namun pada tahun 2020 sejak pandemi *covid-19* terdapat 3 perusahaan yang mengalami pemutusan kerjasama dan mengalami penurunan penumpang sebanyak 288.015 penumpang dalam setahun. Sejak adanya pandemi, terjadi pengurangan relasi sebanyak 18,8% dan jumlah penumpang berkurang hingga 61,6%.

Permasalahan yang terdapat pada PT Putra Karya Jasa Usaha yaitu media yang digunakan sebelumnya berupa brosur, buku *company profile* dan media *online* seperti *youtube*, *website*, serta media sosial yaitu *instagram* dan *facebook* dengan konsep desain grafis, foto dan video *vlog* berupa promosi singkat serta testimoni dari para penumpang dengan informasi yang masih sangat sederhana, perusahaan belum memiliki media video *company profile* yang dapat memberikan gambaran informasi penting tentang perusahaan dengan informasi *up to date* dan lengkap, Berdasarkan permasalahan tersebut, Putra KJU berantusias untuk membuat media video *company profile* sebagai sarana media informasi dan promosi untuk meningkatkan kembali citra perusahaan. Media video *company profile* ini nantinya akan diimplementasikan melalui *youtube*, dan media sosial yaitu *instagram* dan *facebook*.

Melalui perancangan ini, diharapkan perusahaan dapat memperkenalkan identitas perusahaan, memudahkan bagian pemasaran dalam memberikan informasi mengenai perusahaan, dan diharapkan PT Putra Karya Jasa Usaha dapat menciptakan hubungan baik dengan calon penumpang dan klien juga dikenal oleh banyak masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

Tabel 1. Metode penelitian

No.	Metode Penelitian
1.	Metode Pengumpulan Data yaitu: Observasi, Wawancara (<i>Interview</i>), Studi pustaka,
2.	Konsep Produksi Media yaitu: <i>preproduction, production dan post production</i>
3.	Perancangan media video <i>company profile</i> ini didukung dengan <i>software</i> seperti <i>Adobe Premiere CC 2020, Adobe After Effect CC 2020, dan Adobe Photoshop CC 2020.</i>

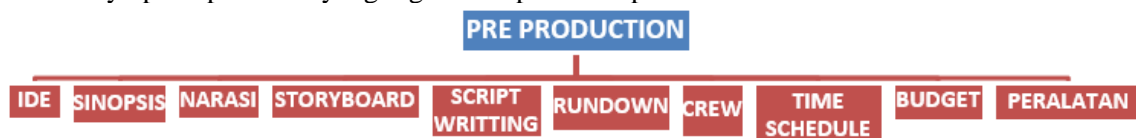
2.2. Literature Review

1. Nugroho dan Hendra Kurniawan (2022) dengan judul “*Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi*” Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi berupa *video company profile* PT. Fala Group Indonesia, sehingga dapat meningkatkan ketertarikan dan keyakinan masyarakat terhadap penggunaan produk-produk perusahaan.^[4]
2. Pratama dan Hendi Sama (2022) “*Video Company Profile at Cv. Zaky Sukma Nurinda*”, Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi yang diinginkan dari klien, seperti sejarah singkat perusahaan, layanan yang diberikan oleh perusahaan.^[5]
3. Rezky, dkk (2022) “*Design Video Company Profile Based on 3d Animation on Millennium Ict Medan*”, Penelitian ini bertujuan untuk menarik pelanggan untuk mengetahui apa yang penulis promosikan dalam konteks *digital marketing*, untuk menarik menjadi pelanggan^[6]
4. Dewi, dkk (2022) “*Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco*”, Penelitian ini menjadi solusi untuk mengenalkan profil perusahaan tentang produk yang dihasilkan oleh Batik Seratan.^[7]
5. Selamat, dkk (2022) “*Perancangan Company Profile Berbasis Video Pada Kedai KR59*”, Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk untuk mempromosikan Kedai KR59 agar konsumen dapat lebih mengenal dan tertarik pada produknya.^[8]
6. Lestari, dkk (2022) “*Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur'an Tangerang*”, Penelitian ini bertujuan untuk membantu marketing memberikan informasi, fasilitas, dan keunggulan seputar pesantren sehingga dapat menarik minat bagi calon santri di seluruh Indonesia.^[9]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Preproduction

Pre production memiliki beberapa tahapan seperti mencari ide/gagasan, membuat sinopsis, membuat narasi, menggambar *storyboard*, membuat *script writing*, mengatur *rundown*, penyusunan *crew*, mengatur *time schedule*, mengatur *budget/anggaran* dan menyiapkan peralatan yang digunakan pada saat produksi.



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Merancang jalan cerita yang sudah tersusun dalam pikiran meliputi profil, jenis layanan, jenis kendaraan, fasilitas, keunggulan dan relasi perusahaan secara jelas, yang nantinya akan dijabarkan menjadi sebuah paragraf untuk menciptakan suatu alur cerita. Kemudian akan dikembangkan dengan data-data *valid* yang sudah dikumpulkan agar menjadi sebuah konsep yang efektif dan menarik.

2. Sinopsis

Membentuk sebuah kalimat yang ringkas, kemudian dijadikan sebuah cerita yang singkat, namun tetap memperhatikan unsur detail dari suatu cerita tanpa harus dihilangkan. Adapun sinopsis dari video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha:

Tabel 2. Sinopsis

Sinopsis
<i>“Menampilkan bumper Putra KJU, menampilkan footage drone pool bus, menampilkan footage calon penumpang membeli tiket di depan kantor KJU, menampilkan footage penumpang menaiki bus, menampilkan footage drone bus sedang beroperasi, menampilkan footage beberapa pengemudi KJU di depan bus, menampilkan footage staff KJU memberi salam, menampilkan footage aktivitas perjalanan bus, menampilkan footage tim mekanik sedang membawa alat, menampilkan footage angkutan paket KJU express, menampilkan slide dokumentasi program kegiatan, menampilkan footage jenis kendaraan, menampilkan footage beberapa layanan yang ada di putra KJU, menampilkan footage fasilitas bus, menampilkan logo putra KJU, menampilkan alamat, nomor telepon, email, website, media sosial.”</i>

3. Narasi

Mendesripsikan dari suatu peristiwa yang menceritakan ruang lingkup Putra KJU yang sesuai dengan fakta. Berikut narasi dari media video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha:

Tabel 3. Narasi

Narasi
<i>Setiap perjalanan memiliki cerita yang berbeda/ mulai dari berpetualang/ mencari peluang/ dan mengisi waktu luang//Dalam memulai perjalanan/ kita selalu dihadapkan dengan pilihan/ mencari partner terbaik untuk menemani segala aktivitas perjalananmu/ dari sabang/ hingga merauke// Kami hadir/ melayani dengan sepenuh hati/ memberikan pengalaman terbaik dengan jangkauan yang sangat luas// Putra KJU/ transportasi darat nomor satu/ dengan pelayanan masa kini/ dari generasi ke generasi// Dengan perpaduan badak Banten dan belimbing Demak ini terlahirlah sebuah perusahaan otobus yang bernama PT Putra Karya Jasa Usaha/ dengan kantor pusat yang berada di Citra Raya Kabupaten Tangerang/ dan kantor Cabang kami yang berada di Serang/ Rangkasbitung/ dan Bandung// Berkembang menjadi profesional/ dalam melayani kebutuhan transportasi masyarakat di seluruh Jawa Barat// Putra KJU merupakan perusahaan otobus yang selalu update/ Dengan tiga jenis layanan jasa transportasi/ seperti shuttle and travel/ pariwisata/ antar jemput karyawan/ dan jasa lainnya seperti jasa pengiriman dan penyewaan mobil// Putra KJU memiliki pengemudi yang berpengalaman dalam berbagai medan/ Kami percaya/ bahwa setiap hasil yang kami ciptakan adalah komitmen dari tanggung jawab kami // Melaju lebih cepat/ merubah masa depan lebih baik/ mewujudkan mimpi bagi banyak orang/ solusi untuk kemudahan/ perjalanan anda// Putra KJU/ Your Partner in Traveling and Delivery//</i>

4. Storyboard

Storyboard merupakan bentuk sketsa gambar dalam urutan *scene* yang akan diambil pada saat produksi berlangsung. Berikut *storyboard* dari media video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha:



Gambar 2. Scene 1 bumper Putra KJU



Gambar 3. Scene 2/ Ext/Day/Bird Eye/ Menampilkan footage drone pool bus



Gambar 4. Scene 3/ Ext/Day/Medium Shot/ Menampilkan footage calon penumpang membeli tiket di depan kantor KJU



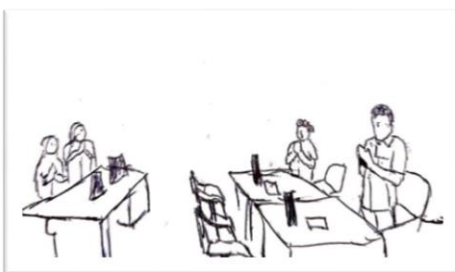
Gambar 5. Scene 4/ Ext/Day/Medium Shot/ Menampilkan footage penumpang menaiki bus



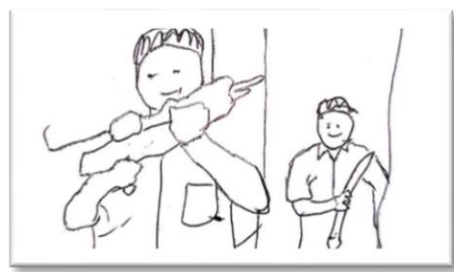
Gambar 6. Scene 5/ Ext/Day/Bird Eye/ Menampilkan footage drone bus sedang beroperasi



Gambar 7. Scene 6/ INT/ Day / Medium Shot/ Menampilkan footage beberapa pengemudi KJU di depan bus



Gambar 8. Scene 7/ Int/Day/Full Shot/Menampilkan footage staff KJU memberi salam



Gambar 9. Scene 8/ Ext/Day/Medium Shot/Menampilkan footage tim mekanik sedang membawa alat



Gambar 10. Scene 9 /Ext/Day/Medium Shot/Menampilkan footage angkutan paket KJU express



Gambar 11. Scene 10/ Motion Graphic/Menampilkan slide dokumentasi program kegiatan



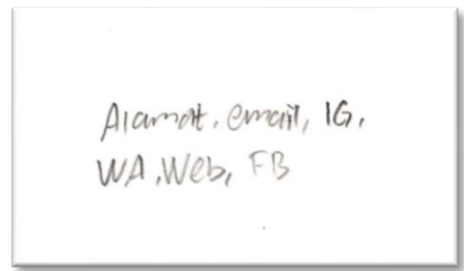
Gambar 12. Scene 11/ Menampilkan footage jenis kendaraan



Gambar 13. Scene 12/ Ext/Day/Full Shot/Menampilkan footage beberapa layanan yang ada di Putra KJU



Gambar 14. Scene 13/Int/Day/Full Shot/Menampilkan footage fasilitas bus



Gambar 15. Scene 14/ Motion Graphic/Menampilkan alamat, nomor telepon, email, website, media sosial

5. Script Writing

Pada tahap *script writing* dengan merancang sebuah naskah yang harus dikembangkan menjadi semenarik mungkin sehingga dapat terbawa suasana pada *script* dari suatu video *company profile*, juga dapat mempermudah pada saat proses produksi. Berikut *script writing* dari media video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha.

Tabel 4. Script Writing

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan bumper Putra KJU	Music
2.	Menampilkan footage drone pool bus	Setiap perjalanan memiliki cerita yang berbeda/ mulai dari berpetualang/ mencari peluang/ dan mengisi waktu luang// Dalam memulai perjalanan
3.	Menampilkan footage calon penumpang membeli tiket di kantor KJU	kita selalu dihadapkan dengan pilihan/
4.	Menampilkan footage penumpang	mencari partner terbaik untuk menemani segala

	menaiki bus	<i>aktivitas perjalananmu/</i>
5.	Menampilkan <i>footage drone</i> aktivitas perjalanan bus	<i>dari sabang/ hingga merauke//</i>
6.	Menampilkan <i>footage</i> beberapa pengemudi KJU di depan bus	<i>Kami hadir/</i>
7.	Menampilkan <i>footage</i> staff KJU memberi salam	<i>melayani dengan sepenuh hati/ memberikan pengalaman terbaik dengan jangkauan yang sangat luas// Putra KJU/ transportasi darat nomor satu/ dengan pelayanan masa kini/ dari generasi ke generasi// Dengan perpaduan badak Banten dan belimbing Demak ini terlahirlah sebuah perusahaan otobus yang bernama PT Putra Karya Jasa Usaha/ dengan kantor pusat yang berada di Citra Raya Kabupaten Tangerang/ dan kantor Cabang kami yang berada di Serang/ Rangkasbitung/ dan Bandung//</i>
8.	Menampilkan <i>footage</i> tim mekanik sedang membawa alat	<i>Berkembang menjadi profesional/ dalam melayani kebutuhan transportasi masyarakat di seluruh Jawa Barat//</i>
9.	Menampilkan <i>footage</i> angkutan paket KJU <i>express</i>	<i>Putra KJU merupakan perusahaan otobus yang selalu update</i>
10.	Menampilkan <i>footage</i> program kegiatan	<i>dalam menyelenggarakan beberapa program kegiatan/</i>
11.	Menampilkan <i>footage</i> jenis kendaraan	<i>Putra KJU/ merupakan inisiator antar Mall pertama di Indonesia//</i>
12.	Menampilkan <i>footage</i> beberapa layanan yang ada di Putra KJU	<i>Dengan tiga jenis layanan jasa transportasi/ seperti shuttle and travel/ pariwisata/ antar jemput karyawan/ dan jasa lainnya seperti jasa pengiriman dan penyewaan mobil//</i>
13.	Menampilkan <i>footage</i> fasilitas bus	<i>Putra KJU memiliki pengemudi yang berpengalaman dalam berbagai medan/ Kami percaya/ bahwa setiap hasil yang kami ciptakan adalah komitmen dari tanggung jawab kami // Melaju lebih cepat/ merubah masa depan lebih baik/ mewujudkan mimpi bagi banyak orang/ solusi untuk kemudahan/ perjalanan anda//</i>
14.	Menampilkan alamat, nomor telepon, <i>email, website, media sosial</i>	<i>Putra KJU/ Your Partner in Traveling and Delivery//</i>

6. Rundown

Menyusun urutan scene, menentukan lokasi, keterangan tempat, dan durasi waktu per video. Berikut *rundown* dari video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha:

Tabel 5. Rundown

No.	Scene	Location	Duration	Int/Ext	Description
1.	5	Jalan Raya	00:47-00:58	Ext	Menampilkan <i>footage drone</i> aktivitas perjalanan bus
2.	4	Terminal Shuttle	00:36-00:47	Ext	Menampilkan <i>footage</i> penumpang menaiki bus
3.	2	Pool Bus	00:31-00:34	Ext	Menampilkan <i>footage drone pool bus</i>
4.	6	Pool Bus	00:58-01:00	Ext	Menampilkan <i>footage</i> beberapa pengemudi KJU di depan bus
5.	8	Pool Bus	01:54-01:58	Ext	Menampilkan <i>footage</i> tim mekanik sedang membawa alat
6.	9	Pool Bus	02:26-02:33	Ext	Menampilkan <i>footage</i> angkutan paket

					KJU <i>express</i>
7.	12	Ruang Lingkup Putra KJU & Jalan Raya	02:56-03:30	<i>Ext</i>	Menampilkan <i>footage</i> beberapa layanan yang ada di Putra KJU
8.	3	Tiket Depan Kantor KJU	00:34-00:36	<i>Ext</i>	Menampilkan <i>footage</i> calon penumpang membeli tiket di kantor KJU
9.	7	Kantor	01:00-01:02	<i>Int</i>	Menampilkan <i>footage</i> staff KJU memberi salam
10.	13	Dalam Bus	04:01-04:07	<i>Int</i>	Menampilkan <i>footage</i> fasilitas bus

7. Penyusunan Crew

Sebelum dimulainya proses produksi yaitu membagikan *jobdesk* pada seluruh *crew* yang akan bertugas seperti Sutradara, *Script writer*, Kameramen, Asisten kameramen, *Pilot drone*, *Dubber*, *Editor* dan *Talent*. Berikut susunan *crew* yang terlibat dalam produksi:

Tabel 6. Susunan Crew

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Mochammad Febrianto
2.	<i>Script writer</i>	Mochammad Febrianto
3.	Kameramen	Mochammad Febrianto
4.	Asisten kameramen	Dany Fauzi
5.	<i>Pilot Drone</i>	Ilyas
6.	<i>Dubber</i>	Mochammad Febrianto
7.	<i>Editor</i>	Mochammad Febrianto
8.	<i>Talent</i>	Ibu Puspa Prihatin Ningtias, Tim Putra KJU, Tatu Dita Oktaviani, Mistano, Satrio, Akbar, Agung Ramadhan, Fahmy, Zaky, Dimas, Wike Asri Amalia, Aziz, Syawal Fatah Khatami, Dany Fauzi, Rangga Sedayu, Indah Choirunnisa

8. Time Schedule

Time schedule dengan menyusun *planning* kerja agar lebih mudah menentukan kapan waktu proses perencanaan suatu *project* dapat selesai. Berikut *time schedule* pembuatan video *company profile* pada PT Putra Karya Jasa Usaha:

Tabel 7. Time Schedule

Tahapan		Februari 2021				Maret 2021				April 2021				Mei 2021				Juni 2021				Juli 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preproduction	Pengajuan Observasi																								
	Pengumpulan Data																								
	Analisis Data																								
	Ide/Gagasan																								
	Sinopsis/Cerita																								
	Narasi																								
	Pembuatan Storyboard																								

	Script Writing																			
	Rundown																			
	Penyusunan Crew																			
	Time Schedule																			
	Anggaran/Budget																			
	Peralatan Yang Digunakan																			
Production	Perencanaan Multimedia																			
	Perencanaan Audio																			
	Perencanaan Visual																			
	Perencanaan Broadcasting																			
Post production	Digitizing																			
	Editing																			
	Mixing																			
	Finishing																			
	Exporting																			
	Segmen Pasar																			

9. Budget Produksi Media

Sebelum produksi hendaknya membuat rencana tertulis mengenai kegiatan suatu penelitian yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu. Adapun *budget* produksi media yaitu sebagai berikut:

Tabel 8. Budget Produksi Media

No	Kebutuhan Produksi	Ket	Hari	Jumlah	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi	-	5	-	@Rp.50.000 Rp.50.000 x 5 Hari = Rp.250.000
2.	Komputer/PC	Pribadi	-	1	-
3.	Camera Mirrorless Sony A6400	Sewa	8	1	@Rp.225.000 Rp.225.000 x 8 Hari = Rp.1.800.000
4.	Drone DJI Spark	Sewa	2	1	@Rp.250.000 Rp.250.000 x 2 Hari = Rp.500.000
5.	Lensa Sigma 30mm f1.4	Sewa	8	1	@Rp.60.000 Rp.60.000 x 2 Hari = Rp.480.000
6.	Lensa Sigma 16mm f1.4	Sewa	8	1	@Rp.70.000 Rp.70.000 x 2 Hari = Rp.560.000
7.	Lensa Yashica 45mm f1.2	Pribadi	-	1	-
8.	Gimbal Moza Aircross 2	Sewa	8	1	@Rp.275.000 Rp.275.000 x 8 Hari = Rp.2.200.000
9.	Zoom H1n	Sewa	2	1	@Rp.125.000 Rp.125.000 x 2 Hari = Rp.250.000
10.	Tripod Excell	Pribadi	-	1	-
11.	Monopod Yunteng	Sewa	3	1	@Rp.45.000 Rp.45.000 x 3 = Rp.135.000
12.	Gorillapod	Pribadi	-	1	-
13.	LED Hinomaru	Pribadi	-	1	-
14.	Lighting Continuous Jinbei Delicacy II	Sewa	2	2	@Rp.150.000 Rp.150.000 x 2 = Rp.300.000 Rp.300.000 x 2 = Rp.600.000

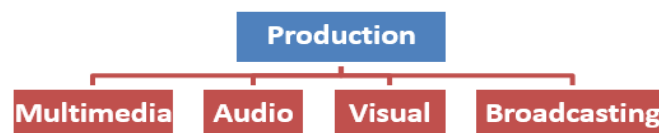
15.	<i>LED mini</i>	Pribadi	-	1	-
16.	<i>Memory SDXC Lexar 64GB</i>	Pribadi	-	1	-
17.	<i>Memory Micro SD Sandisk 64GB</i>	Pribadi	-	1	-
18.	<i>Dubber</i>	Sendiri	-	-	-
19.	<i>DVD, Label dan Casing</i>	Beli	-	3	@Rp.45.000 Rp.45.000 x 3 = Rp.135.000
20.	Sewa Talent	Sewa	1	14	@Rp.50.000 Rp.50.000 x 14 = Rp.700.000
21.	Konsumsi Talent & Crew	Beli	1	16	@Rp.30.000 Rp.30.000 x 16 = Rp.480.000
22.	<i>Transportasi Crew (Biaya bensin motor)</i>	Beli	8	3	@Rp.30.000 Rp.30.000 x 3 = Rp.90.000 Rp.90.000 x 8 = Rp.720.000
Total					Rp.8.810.000

10. Peralatan

Produksi video *company profile* ini menggunakan peralatan penunjang seperti, Komputer/PC Intel, Camera Mirrorless Sony A6400, Drone DJI Spark, Lensa Sigma 30mm f1.4, Lensa Sigma 16mm f1.4, Lensa Yashica 45mm f1.2, Gimbal Moza Aircross 2, Zoom H1n, Tripod Excell, Monopod Yunteng, Gorillapod, LED Hinomaru, Lighting Continuous Jinbei Delicacy II, LED mini, Memory SDXC Lexar 64GB, Memory Micro SD Sandisk 64GB, DVD, Label dan Casing, Adobe Photoshop CC 2020, Adobe After Effect CC 2020 dan Adobe Premiere CC 2020.

3.2. Production

Pada tahap *Production*, akan melakukan suatu proses pembuatan video yang sudah dirancang pada tahap *pre production*. Dalam pembuatan video ini seluruh *crew* akan bekerjasama untuk menjalankan tugasnya agar proses syuting berjalan dengan baik. Terdapat 4 tahapan pada *production* yaitu *multimedia*, *audio*, *visual* dan *broadcasting*.



Gambar 16. Production

1. Perencanaan Multimedia

Pada tahap ini, dengan mengkombinasikan video, animasi, teks, visual, dan suara menjadi sebuah video sebagai daya tarik dalam memperkenalkan perusahaan dan layanannya kepada calon penumpang dan klien. Terdapat 3 tahap yang ada pada perencanaan multimedia, yaitu:

- a. *Text* yang digunakan pada pembuatan video *company profile* Putra KJU menggunakan font *Trueno*, *Verdana*, dan *Uni Sans*.
- b. Format gambar dari video *company profile* Putra KJU ini menggunakan *JPG & PNG*, kemudian diberi transisi menjadi animasi bergerak lalu digabung ke dalam *timeline* video dan di *export* dalam bentuk *MP4*.
- c. *Sound* dari video *company profile* Putra KJU ini menggunakan *voice over*, dan *backsound* dengan judul *Limitless – Twelve Titans Music (Epic Powerful Majestic Trailer Music) & Sonny Cleveland - Let It Shine*.

2. Perencanaan Audio

Beberapa aspek dalam program audio, yaitu:

- a. *Backsound* yang berjudul *Limitless – Twelve Titans Music (Epic Powerful Majestic Trailer Music)* dan *Sonny Cleveland - Let It Shine* yang diambil dari *youtube*.
 - b. *Voice over* berisikan penjelasan informasi mengenai ruang lingkup Putra KJU yang direkam dengan alat khusus *recording* yaitu *zoom h1n*.
 - c. *Sound effect* mampu memberikan kesan *real* pada suatu video untuk mendapatkan *mood* kepada *audience*. Dalam perancangan ini terdapat beberapa *sound effect* seperti suara atmosfer angin, suara atmosfer mesin mobil, suara atmosfer jalan raya, dan suara atmosfer klakson mobil.
3. Perencanaan visual
Perencanaan *visual* dalam upaya menata suatu gambar agar lebih terarah dalam menampilkan suatu video untuk memberikan suatu pesan yang kuat dalam suatu video dengan digabungkannya seluruh gambar yang telah disortir, dan membuat animasi *motion graphic*.
4. Perencanaan *Broadcasting*
Merupakan tahapan akhir dari proses produksi.
- a. Tujuan *broadcasting* dari video *company profile* Putra KJU, nantinya akan digunakan untuk mempromosikan perusahaan otobus kepada calon penumpang maupun klien yang memiliki minat untuk menjadikan Putra KJU sebagai sarana transportasi yang selalu melayani kebutuhan masyarakat.
 - b. Video akan diimplementasikan melalui *youtube*, *instagram* dan *facebook* dalam mempromosikan putra KJU
 - c. Hasil dari Video *company profile* ini juga akan dijadikan sebagai bahan presentasi yakni membantu bagian *marketing* dalam memperkenalkan suatu perusahaannya kepada calon klien yang ingin bekerjasama dengan perusahaan Putra KJU.

Program Visual

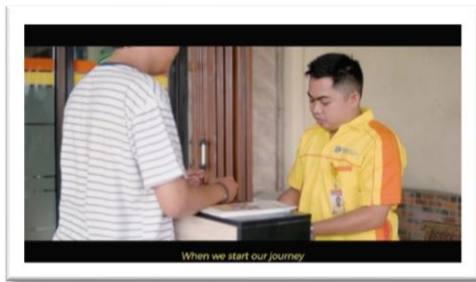
Pembuatan program video *company profile* Putra KJU ini menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2022*, *Adobe Premiere CC 2020* dan *Adobe After Effect CC 2020*, untuk menggabungkan hasil dari seluruh video mentah hingga menjadi sebuah visual yang dapat dinikmati.



Gambar 17. Scene 1/ Menampilkan bumper Putra KJU



Gambar 18. Scene 2/ Ext/Day/Bird Eye/ Menampilkan footage drone pool bus



Gambar 19. Scene 3/ Ext/Day/Medium Shot/
Menampilkan footage calon penumpang membeli
tiket di depan kantor KJU



Gambar 20. Scene 4/ Ext/Day/Medium Shot/
Menampilkan footage penumpang menaiki bus



Gambar 21. Scene 5/ Ext/Day/Bird Eye/
Menampilkan footage drone bus sedang
beroperasi



Gambar 22. Scene 6/ INT/ Day / Medium Shot/
Menampilkan footage beberapa pengemudi KJU
di depan bus



Gambar 23. Scene 7/ Int/Day/Full
Shot/Menampilkan footage staff KJU
memberi salam



Gambar 24. Scene 8/ Ext/Day/Medium
Shot/Menampilkan footage tim mekanik sedang
membawa alat



Gambar 25. Scene 9 /Ext/Day/Medium
Shot/Menampilkan footage angkutan
paket KJU express



Gambar 26. Scene 10/ Motion
Graphic/Menampilkan slide dokumentasi
program kegiatan



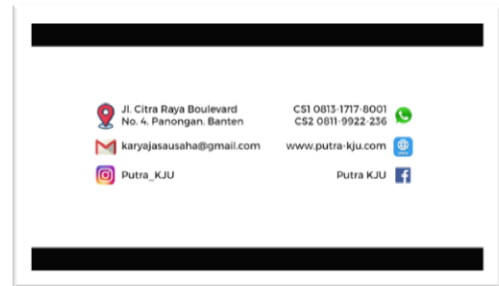
Gambar 27. Scene 11/ Menampilkan *footage* jenis kendaraan



Gambar 28. Scene 12/ *Ext/Day/Full Shot*/Menampilkan *footage* beberapa layanan yang ada di Putra KJU



Gambar 29. Scene 13/*Int/Day/Full Shot*/Menampilkan *footage* fasilitas bus



Gambar 30. Scene 14/ *Motion Graphic*/Menampilkan alamat, nomor telepon, email, website, media sosial

3.3. Post Production

Post Production merupakan tahapan akhir dari seluruh perancangan video *company profile* dimana dalam pengerjaan *post production* ini memerlukan *software editing* untuk menyatukan hasil dari proses *production*. Terdapat 6 tahap dalam *post production* diantaranya *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting* dan segmen pasar.



Gambar 31. *Post Production*

1. *Digitizing*
Dalam tahap *digitizing footage* yang sudah di *take* pada kamera akan di *transfer* dari memori ke perangkat komputer untuk dijadikan menjadi satu *folder* dan nantinya *folder* tersebut akan dimasukkan kedalam *software editing*.
2. *Editing*
Pada tahap ini, *footage* video akan dipilih dan dipotong pada bagian tertentu menyesuaikan dari *storyboard*, kemudian dari keseluruhan *footage* video tersebut akan tuangkan kedalam *timeline* agar dapat digabungkan menjadi satu video yang menghasilkan sebuah alur cerita secara kasar. Setelah itu membuat desain di *photoshop* juga membuat gambar menjadi *PNG*, yang kemudian akan dijadikan *motion graphic* pada *software after effect*.
3. *Mixing*
Pada tahap ini seluruh video yang sudah digabungkan dan *motion graphic* yang sudah dianimasikan, akan diolah menjadi satu video yang menghasilkan sebuah alur cerita

seperti sinopsis yang diharapkan. Kemudian video akan diberi transisi agar terdapat *effect* pada perpindahan gambar, menambahkan *subtitle*, dan *color grading*.

4. *Finishing*

Pada tahap ini ketika video dan *motion graphic* sudah diolah menjadi satu dan sudah diberi transisi, *subtitle*, dan *color grading* maka akan dilakukan proses pengecekan ulang atau *review* untuk memperhatikan kembali isi dari seluruh video yang sudah di selesaikan agar sesuai dengan sinopsis yang telah ditentukan.

5. *Exporting*

Tahap terakhir ketika seluruh video sudah diolah dan di *review*, kemudian video akan di *export* dengan menggunakan format *H.264*, resolusi *Full HD1920x1080*, *50fps*.

6. Segmen Pasar

Segmen pasar bertujuan untuk menjangkau pasar dalam penawaran jasa pada PT Putra Karya Jasa Usaha khususnya di area Tangerang, dan dicabang lainnya seperti di Serang, Rangkas Bitung dan Bandung, juga lebih luas lagi hingga seluruh Indonesia dengan menggunakan media *digital*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian *Media Video Company Profile* Pada PT Putra Karya Jasa Usaha, adapun kesimpulan dari rumusan masalah yaitu, kendala yang dihadapi dalam mempromosikan PT Putra Karya Jasa Usaha yaitu media yang digunakan sebelumnya oleh perusahaan melalui brosur, buku *company profile* dan media *online* seperti *youtube*, *website*, serta *instagram* dan *facebook*, dengan konsep desain grafis, foto, dan video *vlog* berupa promosi singkat serta testimoni dari para penumpang dengan informasi yang masih sangat sederhana. Hal ini membuat perusahaan terlihat tidak profesional dalam memperkenalkan perusahaannya. Sehingga dibutuhkan media video *company profile* untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon penumpang, klien dan masyarakat luas. Konsep video yang mampu meningkatkan daya tarik minat calon penumpang, klien dan masyarakat pada PT Putra Karya Jasa Usaha, dengan konsep video yang memberikan gambaran informasi lengkap perusahaan, serta teknik pengambilan gambar yang menarik dan tampilan dengan resolusi *HD 1920 x 1080p*, yang dirancang dengan unsur *audio* dan *effect visual*, agar dapat diterima dan dinikmati oleh penumpang, klien, dan masyarakat. Target yang ingin dicapai PT Putra Karya Jasa Usaha dengan adanya video *company profile* ini adalah Putra KJU dapat menyampaikan informasi yang *detail* dan *up to date* mengenai keseluruhan ruang lingkup perusahaan dan dapat membangun hubungan yang baik dengan klien serta mendapatkan kepercayaan dari calon penumpang, klien dan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi dari Putra KJU.

5. SARAN

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan untuk membangun PT Putra Karya Jasa Usaha menjadi lebih baik lagi dalam memberikan informasi dan promosi kedepannya, diantaranya, disarankan untuk tetap konsisten dalam mengupdate video *company profile* minimal 1 tahun sekali, dengan pembaruan yang ada pada PT Putra Karya Jasa Usaha untuk memberikan informasi yang sesuai dengan perkembangan perusahaan. Terus berinovasi dalam pembuatan video *company profile* selanjutnya, dengan konsep *out of the box*, menggunakan animasi *3D* dengan durasi yang lebih singkat namun jelas dan menyeluruh. Dengan adanya media video ini, perusahaan dapat meningkatkan jaringan kerjasama dengan calon klien dengan lebih luas lagi. Diharapkan dapat meningkatkan minat serta kepercayaan para penumpang, klien dan masyarakat pada layanan transportasi Putra KJU.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nurninawati, Euis dan Rian Arief Wardoyo, 2021, “*Visual Video Penunjang Informasi dan Promosi Pada Pt. Inti Gelora Andamari (Permata Tangerang)*”, Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, J-Koma: Jurnal Ilmu Komputer dan Aplikasi, ISSN: 2620-4827, Vol. 1, No. 1: 2.
- [2] Mubarok, Khafidz Ibnu, 2019, “*Interactive Multimedia Design Company Profile and Product Catalog as a Promotional Media of Zie Batik Semarang*”, Semarang: Universitas Negeri Semarang, Arty: Jurnal Seni Rupa, ISSN 2252-7516, Vol. 8, No. 1: 3.
- [3] Baqi, M Puad Abdul, Achmad Zainudin M.N dan Catur Hadi Sadewo, 2021, “*Desain Merchandise Sebagai Media Penunjang Promosi Pada SMK Insan Madani Kabupaten Tangerang*”, Tangerang: Universitas Raharja, *Journal MAVIB*, ISSN: 2723-1992, Vol. 2, No. 1: 94.
- [4] Nugroho, Muhammad Taufiq, dan Hendra Kurniawan, 2022, ”Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi.” *Respati: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, e-ISSN: 2580-3891. Vol. 17, No. 2: 71-78.
- [5] Pratama, M. Agung, dan Hendi Sama, 2022, “*Video Company Profile at Cv. Zaky Sukma Nurinda.*” in *ConCEPT-Conference on Community Engagement Project*, Batam: Universitas Internasional Batam, Vol. 2, No. 1, Pp. 1064-1066.
- [6] Rezky, Syarifah Fadillah, Fifin Sonat, dan Junus Sinuraya, 2022, “*Design Video Company Profile Based on 3d Animation on Millennium ICT Medan.*” Sean Institute: Deli Serdang, INFOKUM, P-ISSN: 2302-9706, Vol.10, No.02: 830-837.
- [7] Dewi, Fera Riskia, Ahmad Khoirul Anwar, dan Arif Yulianto, 2022, “*Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco.*” Surakarta: Universitas Sahid Surakarta, *Jurnal Asosiatif*, Vol.1, No. 1: 33-40.
- [8] Selamat, Tanda, Yuliana, dan Johan, 2022, “*Perancangan Company Profile Berbasis Video Pada Kedai KR59.*” Universitas IBBI, *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, e-ISSN: 2339- 1766, Vol. 10, No. 2: 21-26.
- [9] Lestari, Karunia, Putri Ningsih, dan Mochammad Febrianto, 2022, “*Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur’an Tangerang*”. Tangerang: Universitas Raharja, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, Online ISSN: 2723-200X, Vol. 3, No. 2: 217-229.