

# PEMBUATAN MEDIA VIDEO PROFIL PADA PERUSAHAAN AMPLANG SEBAGAI MEDIA PENGENALAN PRODUK

Abraham Ody Watulinga<sup>\*1</sup>, Muhammad Ugiarto<sup>2</sup>, Bambang Cahyono<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Mulawarman, Samarinda  
e-mail: <sup>\*1</sup>abrahamwatulingas@gmail.com, <sup>2</sup>ugiaro@yahoo.com, <sup>3</sup>cbambang86@gmail.

## Abstrak

*Video company profile merupakan sebuah media informasi elektronik untuk menyampaikan sebuah pesan gambar elektronik untuk memberikan informasi. dengan sebuah video company profile. Penelitian berbasis video profile ini bertujuan untuk melakukan pembuatan media video profil pada perusahaan amplang sebagai media pengenalan produk UD. Taufik Jaya Makmur untuk memperkenalkan Perusahaan Amplang UD Taufik Jaya Makmur, diperlukan media promosi untuk sosialisasi agar publik di Kota Samarinda, maupun di Kalimantan Timur untuk mengetahui dan mengenal amplang Produksi UD Jaya Makmur, sehingga direncanakan untuk membuat video profil, dalam pembuatan video ini, digunakan software Adobe Premiere Pro CS 3 sehingga akan memudahkan pembuatan video profil. Dalam memproduksi sebuah video profil hendaknya terlebih dahulu mempersiapkan Tahapan Produksi yang benar dan memperhatikan setiap detail tahapan yang akan dibuat dimulai dari tahap Pra Produksi, Tahap Produksi, dan Tahap Pasca Produksi. Video profile dapat melengkapi media penyampaian informasi yang sudah ada pada Perusahaan Amplang UD. Taufik Jaya Makmur yaitu melalui media online bukalapak dan gojek online. Perusahaan memiliki alternatif media penyampaian informasi, dengan adanya media penyampaian informasi berbasis video profil. Dan hasil dari pembuatan video profil ini, nantinya akan diserahkan Perusahaan Amplang UD. Taufik Jaya Makmur, untuk digunakan sebagai media sosialisasi ke publik.*

**Kata kunci**— Multimedia, Video Profil, UD. Taufik Jaya Makmur

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini turut membantu perusahaan – perusahaan dalam mendapatkan pelanggan dalam berbagai tempat secara cepat dan mudah. Kebutuhan akan sebuah produk membuat berbagai produk gencar melakukan sebuah promosi – promosi dalam berbagai macam bentuk media pemasaran yang dirasakan akan terus bertambah bagi setiap individu atau perusahaan yang memiliki kemauan dan rasa ingin memajukan suatu produk atau perusahaan yang mereka dirikan [1]. Media informasi yang berkembang saat ini sangat banyak jenisnya, seperti media informasi cetak seperti koran, majalah, dan sebagainya. Terdapat juga media informasi berbasis website yang sedang tenar dan populer sebagai media penyedia informasi secara *online*. Namun ada jenis media informasi yang memanfaatkan teknologi informasi dengan berbasis multimedia yang sangat berperan penting dalam menyampaikan sebuah informasi. Media informasi yang baik memiliki penyampaian yang lugas dan tepat disertai dengan tampilan visual atau gambar-gambar yang lebih memperjelas sebuah informasi dan hal-hal penting untuk disajikan kepada masyarakat. Informasi tersebut dapat disampaikan salah satunya melalui media

informasi berupa video yang dapat dilihat dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, karena didalamnya terdapat proses penyampaian pesan atau cara memvisualisasikan sekaligus memperdengarkan dan memperlihatkan isi pesan informasi kepada penerima dengan melalui media yang menunjangnya [2].

Media informasi berbasis video dapat digunakan untuk memperkenalkan Produk Perusahaan, Perusahaan, dan Sarana – Sarana Lainnya, ada beberapa Perusahaan sudah melakukan promosi sebuah produk lewat iklan di berbagai media social maupun dengan banner dijalanan tapi mungkin belum sepenuhnya optimal [4]. Media informasi berbasis video ini akan meliputi sebuah Perusahaann Amplang dimana alur kerja dan pemasaran suatu produk itu di jalan Kapas perum UNMUL.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan Pembuatan Media Video Profil pada Perusahaan Amplang Sebagai Media Pengenalan Produk ( Studi Kasus : Pabrik Amplang ) dan diharapkan penggunaan media informasi berupa video profil ini menjadi media informasi yang memperkenalkan media video profile pembuatan Amplang sebagai makanan khas Kalimantan yang pabriknya berada dijalan Kapas Komplek Perum Unmul kepada masyarakat umum.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Analisis Sistem Berjalan (Pabrik Amplang)

Penyebaran informasi mengenai Profil Pabrik Amplang kepada masyarakat dinilai belum maksimal serta terbatas pada penjualan di toko dan pabrik (jalan kapas).

### 2.2. Analisis Kebutuhan :

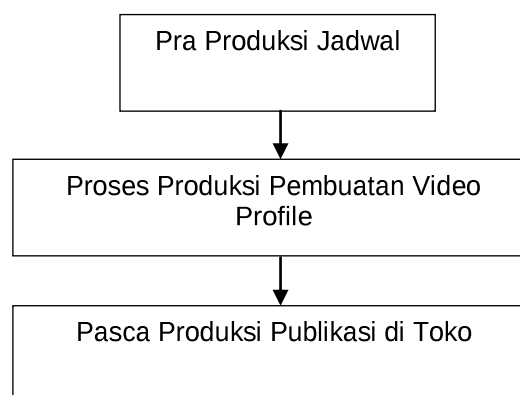
#### 1) Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan Fungsional Video Profil ini akan menampilkan :

- a. Tampilan pembuka (Opening)
- b. Amplang sebagai makanan khas Kalimantan Timur.
- c. Video profil Perusahaan Amplang.
- d. Alur Produksi :
  1. Bahan Dasar
  2. Prosedur Pembuatan ( Kalau diijinkan oleh Produsen )
  3. Hasil

### 2.3. Perancangan Video Profile

Berdasarkan Mekanisme Video, maka peneliti membuat perancangan video profile sebagai berikut :



Gambar 1. Mekanisme perancangan Video

Tahapan Produksi Video

a. Pra Produksi

- 1) Observasi dilakukan secara khusus pada Pabrik Amplang ( di jalan Kapas, Komplek UNMUL ), mengenai media promosi yang pernah dibuat atau sedang berjalan diantaranya adalah promosi melalui brosur, spanduk, stiker, dan lain-lain.
- 2) Penjadwalan ini dimulai pada saat ide gagasan muncul sampai dengan paskah produksi video.
- 3) Skenario pembuatan video profil perusahaan amplang.
- 4) Story board.
- 5) Persiapan peralatan adalah tahap yang penting dimana kita harus mempersiapkan secara matang peralatan apa saja yang digunakan. Peralatan yang diperlukan adalah DSLR Canon D 5100, Tripod dan sebagainya.

b. Produksi

Membuat video tentang Amplang di Jalan Kapas Sidomulyo , sebagai berikut :

- 1) Amplang sebagai makanan khas Kota Samarinda Kalimantan Timur.
- 2) Profil Perusahaan Amplang UD. Taufik Jaya Makmur
- 3) Alur Produksi


c. Pasca Produksi




3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Pada tahap produksi scene 1 yaitu amplang sebagai makanan khas terdiri dari tampilan pembuka video, gambar video di depan kantor gubernur kaltim, gambar video di depan islamic center, gambar video di jembatan mahakam, gambar video di toko amplang, gambar suasana di dalam toko amplang, gambar dan kemasan ampang.

Tabel 1. Story Board 1

No.	Scene 1. Amplang Sebagai Makanan Khas Samarinda	Hasil
1	Tampilan Pembuka Video (Opening)	

No.	Scene 1. Amplang Sebagai Makanan Khas Samarinda	Hasil
2	Gambar Toko Amplang	
3	Gambar suasana di dalam toko Amplang	
4	Gambar kemasan amplang	

Hasil Analisis Video Profil dengan Angket/Kuesioner erdasarkan 20 jawaban responden, hasil angket yang terlampir maka diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan jawaban hasil kuesioner yang terlampir, lebih dari setengah responden (75%/15 orang) berpendapat bahwa profil dari suatu instansi atau institusi penting untuk dipublikasikan. Visi misi dari UD. Taufik Jaya Makmur, penyampaiannya pesannya sudah diterima dengan baik (80%/16 orang). Media informasi berupa video profil seperti ini sangat penting untuk dipublikasikan melalui jejaring social (85%/17 orang). Kualitas video profil yang dihasilkan menurut responden penyatuan suara, gambar dan teks dalam video profil ini baik (70%/14 orang). Penyampaian informasi dari video profil ini juga sudah baik (75%/15 orang). Pesan dalam video profil ini tersampaikan kepada responden dalam rentang waktu video tersebut ditampilkan sudah sangat baik (80%/16 orang). Pengetahuan responden tentang media video profil adalah 70%/14 orang sudah mengenal media informasi video profil. Responden yang memilih penyampaian informasi melalui video profil jauh lebih menarik sudah baik 70%/14 orang. Responden yang memilih media video profil perlu terus dikembangkan agar menjadi media penyampai informasi unggulan sudah baik 75%/15 orang.

### 3.2 Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini adalah mengaitkan teori yang ada dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pembuatan media video profil pada perusahaan amplang sebagai media pengenalan produk (tudi

kasus : pabrik amplang).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembuatan video profile, Video company profile dapat melengkapi media penyampaian informasi yang sudah ada pada Perusahaan Amplang UD. Taufik Jaya Makmur. Media video company profile ini bukan sebagai pengganti media-media informasi yang sudah ada. Perusahaan memiliki alternatif media penyampaian informasi, dengan adanya media penyampaian informasi berbasis video company profile [8]. Hal ini sesuai dengan penelitian yg dilakukan oleh Andreas Wiebisono dengan judul Pembuatan Dalam proses pembuatan video ini, penulis menyesuaikan dengan kebutuhan Perusahaan Amplang UD. Taufik Jaya Makmur. Penyampaian informasi dengan menggunakan media cetak ataupun lisan, kurang mengena di hati masyarakat awam, karena mereka lebih tertarik pada media penyampaian informasi yang lebih interaktif. Maka dengan adanya penelitian dan perancangan media penyampaian informasi berbasis multimedia interaktif ini, diharapkan untuk kedepan terus ada pengembangan dan inovasi yang lebih baik dari segi informasi yang ditampilkan, konsep,tema dan update data baru dalam mengemas menjadi suatu media penyampaian informasi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan pembuatan media video profil pada perusahaan amplang sebagai media pengenalan produk, terdiri dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam proses pembuatan video ini, penulis menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan amplang UD. Taufik Jaya Makmur.

#### 5. SARAN

Lebih mengenal video profil dari perusahaan amplang dalam penelitian ini dan perusahaan lainnya sebagai penyampai media informasi perusahaan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberi dukungan terhadap penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asnawir. 2010. *Media Audio Visual Berbasis Video*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [2] Effendy, Heru. 2009. *Mari Membuat Film*. Jakarta: Erlangga.
- [3] Jos Van. 2008. *Produksi Film Video*. Yogyakarta: Kanisius.
- [4] Kuswandi, Wawan. 2011. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta, Rineka Cipta
- [5] Maimunah, Lusyani Sunarya, Nina Larasati. 2012. *Media Company Profile. Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi*. Journal CCIT Vol.5 No.3 – Mei 2012. Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
- [6] Rahardja, Untung, Sugeng Widada, Dewi Imaniar Destrianti. 2010. *KPM, Sebagai Pedoman Produksi Media*, Journal CCIT Vol.3 No.2 – Januari 2010. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja
- [7] Sadiman. 2011. *Media Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [8] Sanjaya,Wina. 2008. *Perencanaan dan Desain Sistem* . Jakarta: Kencana.
- [9] Sudjana. 2010. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- [10] Sundayana. 2013. *Media Matematika*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Trianto, T. 2013. *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu