

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
POLITEKNIK PALCOMTECH**

**PRAKTIK KERJA VIDEO COMPANY PROFILE RJ ADVERTISING  
PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:  
JANUARISMAN HARTONO KANDOUW  
061150011**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik Kerja Lapangan dan  
Syarat Penyusunan Laporan Tugas Akhir**

**PALEMBANG**

**2019**

## Kata Pengantar

Puji dan syukur kita haturkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan rahmat-Nyayang memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat merampungkan karya tulis laporan PKL dengan baik dan benar. Laporan ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi mahasiswa program Studi Desain Komunikasi *Visual* Politeknik PalComTech.

Dalam melakukan penyusunan laporan, penulis membahas mengenai *Company profile* CV. RJ Advertising Palembang Proyek yang dihasilkan diharapkan dapat membantu CV. RJ. Advertising Palembang dalam memperkenalkan produk – produk serta keunggulan kepada masyarakat luas .

Selama proses penyusunan laporan ini, penulis sangat sadar sepenuhnya bahwa laporan PKL ini tidak terlepas dari bimbingan, semangat, serta dukungan dari banyak pihak, baik bersifat moril ataupun materil, maka dari itu kami mengucapkan banyak terimakasih antara lain kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas izin -Nya penulis dapat menyelesaikan laporan PKL
2. **Ahmad Syarofi** selaku Direktur CV. RJ. Advertising Palembang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan PKL CV. RJ. Advertising Palembang.

3. **Hendra Hadiwijaya SE, M.Si.** selaku dosen pembimbing PKL yang memberikan banyak masukan selama proses pembuatan proyek dan laporan PKL.

Penyusunan Laporan PKL ini disusun dengan sebaik-baiknya, tetapi masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan PKL ini, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan. Dan tidak lupa harapan penulis semua laporan PKL ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan untuk penulis.

**Palembang, 31 Desember 2018**

**Jr. Hartono kandouw**

## **Ucapan**

Terima kasih yang pertama saya ucapkan pada Allah SWT karena berkatnya saya di berikan kekuatan untuk menyelesaikan laporan PKL saya kali ini . Yang kedua saya mengucapkan Terima kasih kepada orang tua saya yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan laporan PKL saya. Yang ketiga saya berterima kasih kepada teman - teman seperjuangan dan dosen pembimbing saya, tanpa kalian saya tidak bisa belajar untuk menjadi lebih baik untuk kedepannya.

## **Moto**

**Jangan mengharapkan mereka membantumu, lebih baik bantulah mereka sebisamu.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSTUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup PKL .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.3.1 Tujuan .....	4
1.3.2 Manfaat .....	4
1.3.2.1 Manfaat Bagi Penulis.....	4
1.3.2.2 Manfaat Bagi Pihak Perusahaan .....	5
1.3.2.3 Manfaat Bagi Akademik .....	5
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan PKL.....	6
1.4.1    Tempat PKL.....	6
1.4.2    Waktu Pelaksanaan PKL.....	6
1.5 Teknik Pengumpulan Data .....	6
1.5.1. Metode Dokumentasi .....	6
1.5.2.  Metode Observasi.....	7
1.5.3.  Metode interview.....	7

<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1	LandasanTeori .....	9
2.1.1	<i>Video Company Profile</i> .....	9
2.1.2.	<i>CompanyProfile</i> .....	9
2.1.3	<i>Storyboard</i> .....	10
2.2	GambaranUmum Perusahaan.....	10
2.2.1.	Sejarah Perusahaan.....	10
2.2.1.1.	Motto .....	11
2.2.1.2.	Arti Nama Perusahaan .....	11
2.2.1.3.	Logo RJ Advertising.....	11
2.2.1.4.	KeteranganWarna Logo.....	12
2.2.1.5.	Keterangan Logo .....	12
2.2.1.6.	Makna Lambang .....	12
2.2.1.7.	Visi dan Misi .....	12
2.2.2.	Struktur Organisasi .....	13
2.2.3.	Tugas danWewenang .....	13
<b>BAB III</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	
3.1	Perancangan .....	15
3.1.1	KonsepPerancangan (Pra – Produksi) .....	15
3.1.1.1	Tema .....	15
3.1.2	Konsep Visual .....	16
3.1.2.1	Objek .....	16

3.1.2.2	<i>Layout</i> .....	17
3.1.2.3	<i>Storyboard</i> .....	17
3.1.3.	Konsep Huruf.....	21
3.1.4	.Alat dan Bahan.....	22
3.2	Teknis Perancangan (Produksi).....	23
3.2.1	Tahap Pengerjaan.....	23
3.2.1.1.	Tahap Pertama.....	24
3.2.1.2	Tahap Kedua.....	24
3.1.3.	Penyelesaian Perancangan (Pasca-Produksi).....	29
3.1.3.1.	Tahap Penyelesaian.....	29
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP</b>	
4.1	Kesimpulan.....	30
4.2	Saran.....	31
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>HALAMAN LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo RJ Advertising .....	11
Gambar 2.2 truktuOrganisasiRJ Advertising .....	13
Gambar 2.9 <i>Layout</i> .....	17
Gambar 3.1 <i>Storyboard Vidio</i> .....	18
Gambar 3.2 Contoh Huruf <i>FelixTitles</i> .....	21
Gambar 3.3 Contoh Huruf <i>Rage Italic</i> .....	22
Gambar 3.4 Tahap pengerjaan proyek. ....	23
Gambar 3.5 Proses pembuatan <i>Opening slide 1</i> .....	25
Gambar 3.6 Proses Pembuatan <i>Opening Slide 2</i> .....	25
Gambar 3.7 <i>Opening Slide 3</i> .....	26
Gambar 3.8 Tampak depan dari perusahaan.....	26
Gambar 3.9 Tampak meja kerja editor.....	27
Gambar 3.10 Tampak mesin yang digunakan perusahaan.....	27
Gambar3.11 Memberi efek warna.....	28
Gambar3.12 Memberi efek transisi.....	28



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Storyboard</i> .....	18
-----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1. Form Topik dan Judul (Fotocopy)
2. Lampiran 2. Surat Balas dari Perusahaan (Fotocopy)
3. Lampiran 3. Form Konsultasi (Fotocopy)
4. Lampiran 4. Surat Pernyataan (Fotocopy)
5. Lampiran 5. Form Nilai dari Perusahaan (Fotocopy)
6. Lampiran 6. Form Absensi dari Perusahaan (Fotocopy)
7. Lampiran 7. Form Kegiatan Harian PKL (Fotocopy)
8. Lampiran 8. Form Revisi (Asli)



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia telah menjadi salah satu negara dengan perkembangan teknologi yang sudah berkembang, hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar setiap orang. Perkembangan teknologi yang ada sekarang membuat perusahaan yang ada di Indonesia memerlukan sebuah informasi yang mudah diakses oleh masyarakat sebagai target pemasaran, agar masyarakat dapat mengenal lebih jelas latar belakang perusahaan tersebut.

*Video* juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rate*, dengan satuan *fps (frame per-second)*.

Kemajuan teknologi bisa diaplikasikan dalam bentuk multimedia salah satu bentuk dari informasi perusahaan dapat menggunakan *video* sebagai sarana penyampaian informasi. Perkembangan teknologi menuntut perusahaan harus memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia, perkembangan infrastruktur dan teknologi mempengaruhi perkembangan sebuah perusahaan yang terdapat di Palembang.

Menurut Munir dalam penelitian Ahmad, Yusuf, dan Vadila (2013:8) “menyatakan *company profile* (bisnis) bisa merupakan multimedia linier atau multimedia interaktif yang diperlukan untuk menjelaskan sesuatu akan lebih terperinci dan akurat”. Menurut Irfan dalam penelitian Ahmad, Yusuf, dan Vadila (2013:50) ”*Video company profile* salah satu media efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah”. Dengan video company profile biasanya memaparkan sejarah tentang pendirian perusahaan, produk atau potensi suatu daerah.

CV. Rj *Advertising* Palembang, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Advertising yang melayani jasa desain & cetak. CV. Rj *Advertising* sudah berdiri sejak tahun 2016 sampai dengan sekarang, Perusahaan tersebut terbilang baru dibandingkan perusahaan lainya yang bergerak di bidang *Advertising*.

Perkembangan informasi yang begitu cepat membutuhkan media yang tepat sebagai sarana menyampaikan informasi, karena itu penulis menemukan permasalahan pada perusahaan tersebut, yaitu kurangnya media promosi dalam bentuk multimedia. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syarofi selaku pimpinan CV. Rj *Advertising* mengungkapkan bahwa mereka belum mempunyai media promosi dalam bentuk multimedia, karena multimedia sebagai salah satu nilai jual perusahaan tersebut. Berkaitan dengan unsur multimedia sebagai salah satu nilai jual, penulis melakukan penelitian dan observasi di lapangan dan tertarik merancang sebuah *Video Company Profile* sebagai media promosi CV. Rj *Advertising* Palembang, dengan bertujuan *Video Company Profile* tersebut dapat dilihat oleh masyarakat luas.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut ke dalam laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dengan judul “*Video Company Profile CV. Rj Advertising Palembang*”. Sebagai usaha untuk memperkenalkan CV. Rj Advertising Palembang kepada masyarakat luas sebagai target *audience*.

## **1.2 Ruang Lingkup PKL**

Ruang lingkup berdasarkan latar belakang di atas penulis akan membahas Perancangan *Company Profile* dengan bentuk *Video* promosi bagi CV.Rj Advertising

## **1.3 Tujuan dan manfaat PKL.**

### **1.3.1 Tujuan**

Adapun tujuan dan manfaat dari dilakukanya PKL untuk membuat *Video Company profile CV.Rj Advertising Palembang*. .

### **1.3.2 Manfaat**

#### **1.3.2.1 Manfaat bagi penulis**

1. Penulis bisa menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama di PalcomTech.

2. Mendapatkan ilmu tentang dunia kerja yang sesungguhnya sehingga penulis tidak merasa canggung bila memasuki dunia kerja .
3. Menyiapkan diri dalam menghadapi lingkungan kerja yang akan datang.

#### **1.3.2.2 Bagi Pihak Perusahaan**

1. Memiliki hasil lebih baik dan menarik dari sebelumnya.
2. Meningkatkan kreatifitas dalam berkarya.
3. Pihak perusahaan merasa terbantu oleh ada peserta PKL.

#### **1.3.2.3 Bagi akademik**

1. Sebagai alat ukur mahasiswa dalam materi – materi kuliah yang telah di pelajari selama ini .
2. Sebagai sarana untuk memperluas jaringan kerja sama anatra pihak akademik dan pihak perusahaan .
3. Sebagai penilaian sejauh mana mahasiswa mampu terjun langsung di dalam dunia kerja.



## **1.4. Tempat dan waktu pelaksanaan PKL**

### **1.4.1 Tempat PKL**

CV. Rj *Advertising* Palembang di Jalan Pangeran ayin  
Komp. AFILA PERMAI Blok.o no. 6 Kenten laut. Telpon  
(081322086203) , Palembang.

### **1.4.2 Waktu Pelaksanaan PKL**

Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang  
dilakukan Penulis terhitung mulai Tanggal 19 Maret 2018  
sampai dengan tanggal 19 April 2018 Pada hari Senin sampai  
dengan Juma'at dimulai Pukul 08.00 WIB sampai dengan 16.00  
WIB . Jangka waktu praktik kerja selama 1 (satu) bulan .

## **1.5 Teknik pengumpulan data.**

### **1.5.1 Metode Dokumentasi.**

Menurut Sugiyono dalam penelitian Rokhmah dkk (2014:  
31) Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu.  
Bisa dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya  
monumental dari seseorang. Dokumen berbentuk tulisan  
misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*),  
ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang  
berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-  
lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni,

yang dapat berupa gambar, patung, *film* dan lain-lain. Jadi teknik dokumentasi dapat di jadikan pengumpulan data dan bukti keterangan dari hasil pengamatan selama melakukan praktik kerja lapangan di CV. Rj *Advertising* Palembang.

### **1.5.2 Metode Observasi.**

Menurut Fatchan dalam penelitian Rokhman dkk (2014: 24) Observasi dihubungkan dengan upaya-upaya merumuskan masalah, membandingkan masalah (yang dirumuskan dengan kenyataan di lapangan), pemahaman secara detail permasalahan (guna menemukan detail pertanyaan) yang akan di tuangkan dalam kuisioner, ataupun untuk menemukan strategi pengambilan data dan bentuk perolehan pemahaman yang di anggap paling tepat. Observasi dapat dikatakan pengamatan secara nyata di CV. RJ *Advertising* Palembang yang bersifat objektif dan lengkap. Dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis lakukan CV. Rj *Advertising* belum memiliki media promosi berupa *Video Company Profile*.

### **1.5.3 Metode Interview.**

Menurut Kahija dalam penelitian Rokmah dkk (2014: 26) wawancara adalah metode pengumpulan data dimana satu orang menanyakan pertanyaan ke orang lain baik berhadapan langsung *face on face*, Berhadapan lewat layar, ataupun berbicara lewat

telepon. Jadi dalam kegiatan ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak perusahaan yang bersangkutan seperti Bapak Ahmad Syarofi selaku pemimpin CV. Rj *Advertising* Palembang. Dari hasil wawancara singkat penulis mendapatkan hasil berupa : Apa yang anda butuhkan untuk memberi tahu kepada orang-orang tentang perusahaan anda dan jasa apa saja yang ada di RJ advertising ini.?

Saya sangat membutuhkan media promosi misal nya seperti *Video Company Profile*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan teori

##### 2.1.1. *Video company profile*

Menurut Soma (2013:243) Menyatakan dalam *video company profile* dalam penelitian tersebut dihasilkan beberapa aktifitas multimedia antara lain tata suara, *video*, gambar animasi dan teks.

Berdasarkan landasan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa *video profile* adalah media *audio visual* yang berisi data atau informasi sebuah perusahaan atau lembaga.

##### 2.1.2. *Company profile*

Menurut Munir (2013:8) Menyatakan *company profile* (bisnis) bisa merupakan multimedia linier atau multimedia interaktif yang diperlukan untuk menjelaskan sesuatu akan lebih terperinci dan akurat. Berdasarkan penelitian terdahulu perkembangan multimedia sangat pesat oleh karenanya peneliti lebih mengembangkan produk secara optimal baik dari aspek *software*, *editing* dan pengaturan tata kerja dalam pengambilan gambar.

Dapat disimpulkan bahwa *company profile*, adalah media untuk promosi yang efektif untuk mempromosikan usaha dari sebuah perusahaan atau sebuah lembaga.

### **2.1.3. Storyboard**

Menurut Iwan (2010:275) menerangkan perancangan *storyboard* akan menjadi acuan dalam pembuatan tampilan pada tahap implementasi, sebelum membuat *storyboard* peneliti melakukan cek lokasi.

Dapat disimpulkan bahwa *storyboard* adalah sebuah cara untuk merancang sebuah langkah agar proses pembuatan “*video company profile*” tersusun dengan benar dan mempermudah dalam pengambilan gambar, sehingga info yang akan disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh masyarakat sebagai target *audience*.

## **2.2 Gambaran umum perusahaan**

### **2.2.1. Sejarah perusahaan**

RJ. *Advertising* di dirikan pada bulan Februari 2016, merupakan usaha yang bergerak dibidang *printing*. Walaupun usaha ini sudah tumbuh luas di wilayah kota Palembang, tetapi perusahaan ini memiliki modal cukup tinggi untuk mampu bersaing di pasaran. Karena basik percetakan ini sebelum terjun ke dunia *printing* ada sablon manual/*digital* dan *event organizer*. Jadi tahu betul apa yang

dibutuhkan untuk promosi dan membantu *client* untuk mendapatkan hasil maksimal dalam proses nya. Mesin yang digunakan adalah mesin baru dari jepang, bukan seperti percetakan lain yang mengandalkan mesin *second* (tangan kedua). Bagi perusahaan bukan masalah harga yang perlu dipertimbangkan, tetapi masalah kualitas yang akan di berikan ke pada konsumen.

#### **2.2.1.1. Motto**

“BERMUTU, BERKUALITAS, HARGA PAS”

#### **2.2.1.2. Arti Nama perusahaan**

Arti nama perusahaan RJ. *Advertising* adalah “*Raja Advertising*”.

#### **2.2.1.3. Logo RJ Advertising**

Terdiri dari huruf **R** dan **J**



**Gambar 2.1 Logo RJ Advertising.**

#### **2.2.1.4. Keterangan Warna Logo**

Perpaduan huruf R dan J berwarna biru dan hijau.

#### **2.2.1.5. Keterangan Logo**

Logo berbentuk huruf R yang memadukan R dan J.

#### **2.2.1.6. Makna Lambang**

Di ambil dari huruf pertama “Raja”

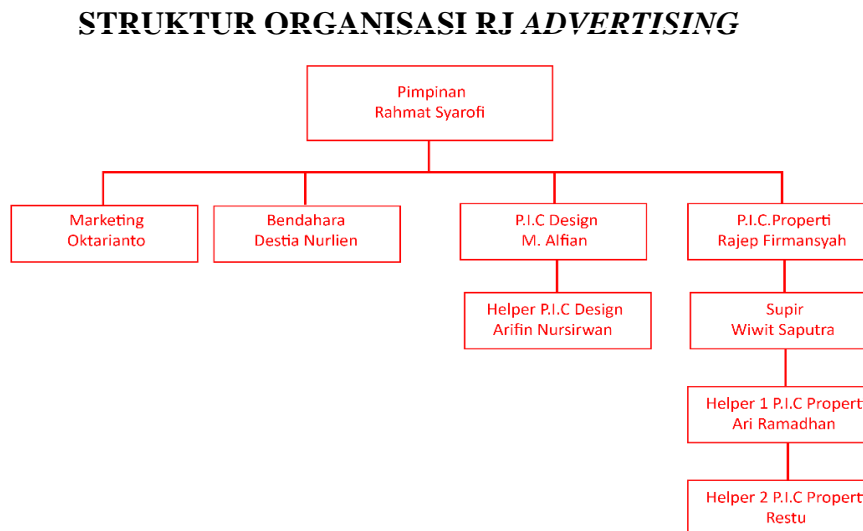
##### **Visi**

Dengan berlandaskan pegalaman yang kami miliki, kami berusaha untuk menjadi perusahaan yang maju, produktif dan kompetitif.

##### **Misi**

Menjunjung tinggi kepuasan konsumen dan menciptakan tenaga kerja yang layak dan dapat bersaing serta menjadi perusahaan terbaik dibidangnya dan selalu menciptakan karya terbaru dalam bidang *advertising*

## 2.2.2. Struktur Organisasi



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi RJ Advertising**

## 2.2.3. Tugas dan Wewenang

Berikut ini adalah pembagian tugas dan wewenang berdasarkan struktur organisasi yang ada:

### 1. Pimpinan

Memimpin perusahaan agar tetap terus berjalan sesuai dengan visi dan misi yang ada.

### 2. Marketing

Bertanggung jawab dalam mempromosikan jasa-jasa apa saja yang disediakan oleh perusahaan



**3. Bendahara**

Bertugas mengelola keuangan perusahaan, merencanakan, memeriksa, mencari dan menyimpan dana yang dimiliki perusahaan.

**4. *P.I.C Design***

Orang yang bertanggung jawab dalam mengatur desain-desain yang akan di pakai ke dalam sebuah produk.

**5. *P.I.C Properti***

Bagian yang bertugas untuk menyiapkan segala alat-alat yang di butuhkan oleh perusahaan.

**6. Supir**

Bertugas untuk mengantar pesanan konsumen dan kebutuhan perusahaan.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1. Perancangan**

Proses perancangan *Video Company profile RJ Advertising Palembang* tentu memiliki konsep serta tema yang mendukung agar proyek ini dapat berjalan dengan baik. Penulis dalam hal ini juga mempersiapkan alat-alat yang dapat membantu dalam proses pra produksi hingga produksi *video*.

##### **3.1.1 Konsep Perancangan (Pra Produksi)**

Tahap pra produksi adalah tahap perencanaan. Secara umum merupakan tahap persiapan sebelum memulai tahap produksi. Tahap pra produksi yang dilakukan penulis adalah perancangan konsep visual, tema dan pembuatan *storyboard*.

REVISI.

##### **3.1.1.1. Tema**

Tema yang diangkat pada proyek ini adalah “*Company profile*” yang memuat sebuah informasi yang nantinya informasi tersebut berupa *video company profile* tentang *RJ Advertising Palembang*.

### **3.1.2. Konsep Visual**

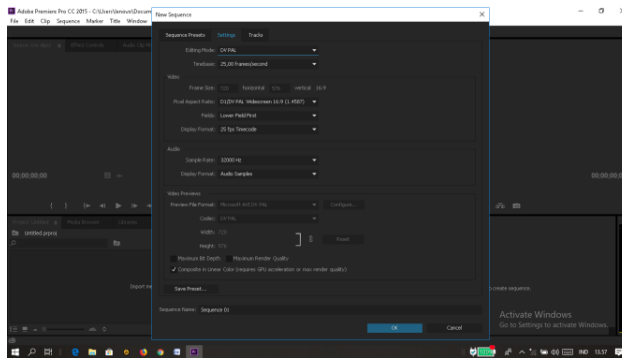
Konsep visual dalam pembuatan *video* iklan promosi RJ *Advertising* berbasis *Company Profile* yaitu dengan merancang gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar atau objek *video*, tulisan, dan sebagainya menjadi suatu kesatuan yang memiliki tujuan pengenalan sekaligus mempromosikan RJ.*Advertising* Palembang.

#### **3.1.2.1. Objek**

Objek yang digunakan dalam perancangan iklan berhubungan dengan produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh RJ *Advertising* seperti baliho, spanduk, brosur dan sebagainya, selain itu objek yang digunakan adalah *video* yang digabungkan melalui *software adobe priemer*. yang nantinya akan menjadi *Video Company Profile*.

### 3.1.2.2. *Layout*

Tata letak yang di gunakan di proyek ini

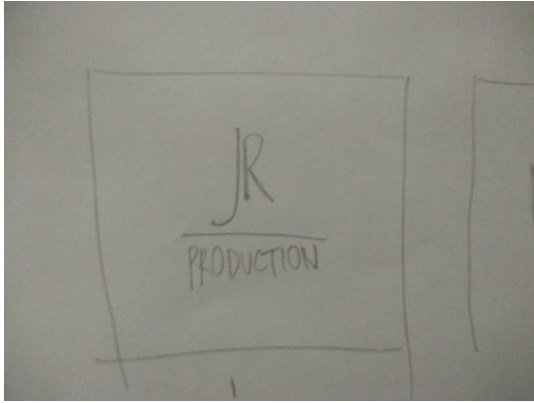
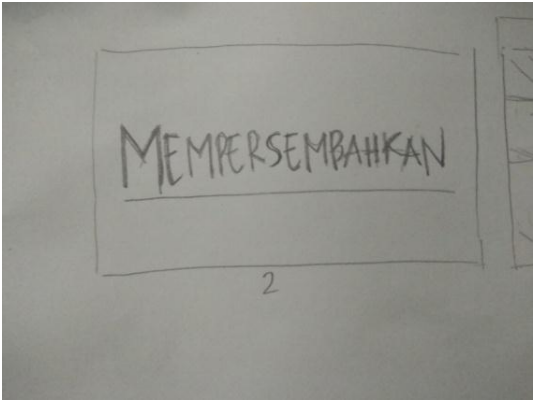



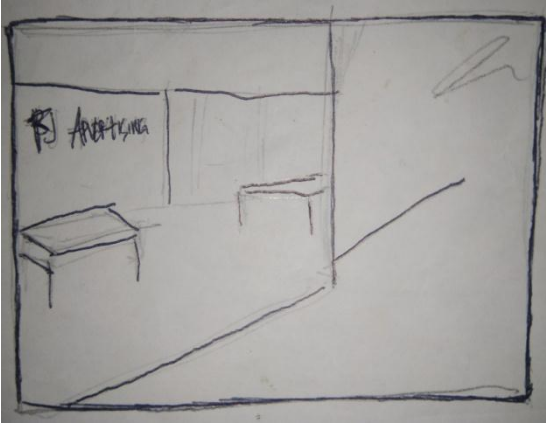


**Gambar 2.9** *Layout*


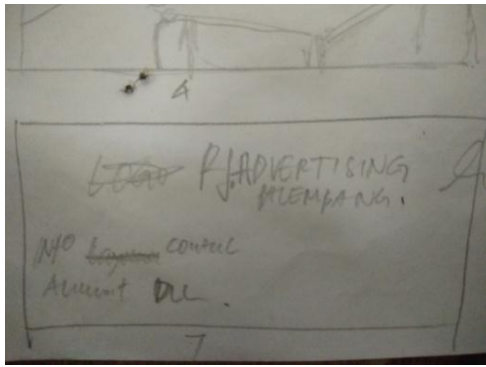
### 3.1.2.3. *Storyboard*

*Storyboard* yang dibuat oleh penulis adalah dengan cara *sketch* pada kertas dengan demikian penulis dapat menentukan apa yang akan penulis lakukan dalam pembuatan *video* tersebut, Sehingga, akan didapatkannya gambaran bagaimana nantinya hasil dari proyek ini ketika telah selesai. Berikut adalah desain *storyboard* pada tabel 3.0

Tabel 3.1 *StoryboardVideo*

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Untuk tampilan <i>opening video</i> penulis menampilkan logo inisial nama penulis “JR dan <i>PRODUCTION</i>” garis tengah yang memisahkan inisial dan tulisan “<i>PRODUCTION</i>” agar terlihat Menarik.</p>
2		<p>Selanjutnya teks “MEMPERSEMBAHKAN” dengan menggunakan garis bawah agar terkesan rapi dan <i>elegant</i>.</p>
3		<p>Kemudian tampak depan bangunan perusahaan , penulis menambahkan tulisan dengan bentuk teks menggunakan efek transisi <i>video</i>.</p>

No	Gambar	Keterangan
4		<p>Selanjutnya tampak identitas atau nama perusahaan, penulis mengambil gambar dari luar dengan sudut agak menyamping agar memberikan kesan menarik</p>
5		<p>Selanjutnya penulis mengambil gambar tampak bagian dalam percetakan .</p>
6		<p>Lalu penulis mengambil gambar alat dan mesin yang digunakan <i>printing</i> di percetakan RJ.Advertising .</p>

No	Gambar	Keterangan
7		<p>Selanjutnya di <i>scene</i> ini pimpinan menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan dan mempermosikan RJ. <i>Advertising</i> dengan menjelaskan beberapa keunggulan dan pelayanan jasa yang disediakan .</p>
8		<p>Dan selanjutnya penutup sebagai akhir <i>video</i> promosi dengan tampilan identitas perusahaan .</p>

### 3.1.3. Konsep Huruf

Huruf merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah desain, jenis huruf yang digunakan sangat berpengaruh dalam hasil desain. Dengan huruf, desain yang akan disampaikan lebih mudah dimengerti dan dipahami dengan baik sehingga meminimalisir kesalah pahaman dari orang yang melihatnya. Dalam pembuatan media promosi berbentuk *Video Company Profile RJ.Advertising* , penulis menggunakan dua jenis huruf, dimana jenis huruf yang digunakan memiliki jenis dan karakter yang berbeda, sesuai dengan fungsi atau tata letak dalam *slide*

#### 1. *Felix Titling*

Karakter huruf ini dirancang agar terlihat lebih mudah dengan ukurannya selain itu karakter tampilan huruf ini terkesan *modern* dan *elegant*, Untuk sebuah *video profile* penulis menggunakan huruf ini sebagai *subtitle* judul *video profile* .

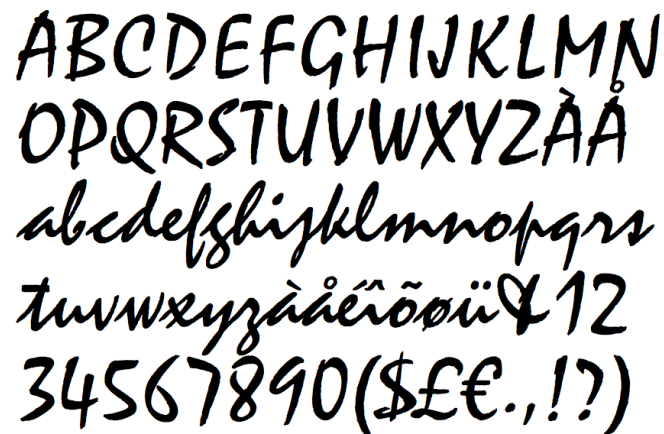
FELIX TITLING  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 . , ! ? - \_ : ;

**Gambar 3.2. *Felix Titling* (Sumber :  
<http://fontsgreek.com/fonts/Felix-Titling-Regular>)**



## 2. *Rage Italic*

Karakter huruf ini memberi kesan *elegant* dan tampak lebih berkarakter. Penulis menggunakan Huruf ini sebagai subtitle Judul *video*.



57

Gambar 3.3. *Felix Titling* (Sumber : [http://www.identifont.com/show?34W /](http://www.identifont.com/show?34W/))

### 3.1.4. Alat dan Bahan

Dalam proses pembuatan proyek Praktik Kerja Lapangan, penulis mmempersiapkan beberapa alat dan bahan yang digunakan sehingga dapat mendukung proyek berjalan dengan baik. Berikut adalah alat dan bahan.

**1. Alat**

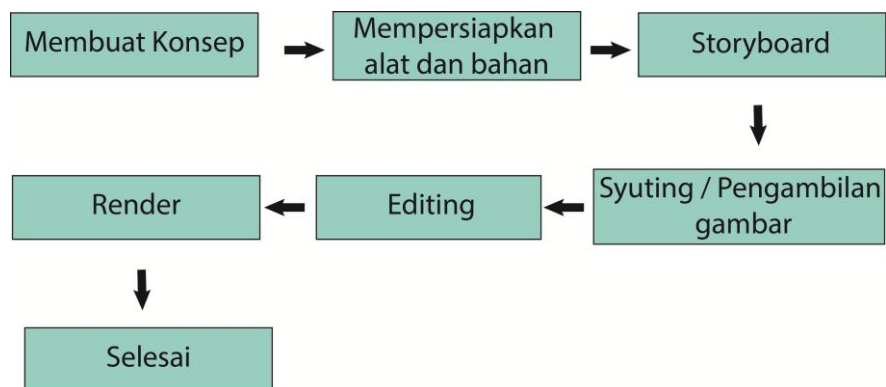
- a. *Camera Canon 700D*
- b. *Laptop*
- c. *Adobe Premiere pro CC 2015*
- d. Alat tulis

**2. Bahan**

- a. Informasi perusahaan

**3.2 Teknis Perancangan (Produksi)**

Pada tahap ini akan dibuat penjelasan tahap demi tahap proses pembuatan proyek dengan rinci dan jelas sehingga bisa menjadi gambaran bagaimana proses pengerjaan dan perancangan proyek.

**3.2.1. Tahapan Pengerjaan.**

**Gambar 3.3. Tahap pengerjaan projek.**

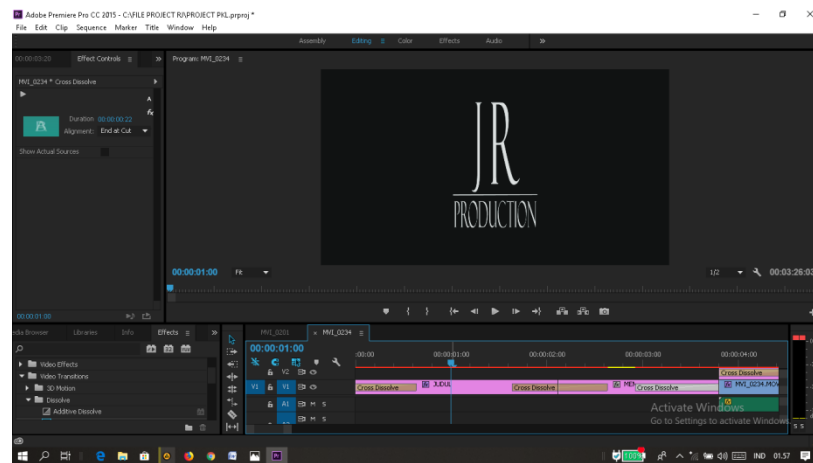
### 3.2.1.1 Tahap Pertama

Pada tahap pertama ini penulis melakukan proses membuat konsep bersama dengan pembimbing PKL sehingga sesuai dengan jenis dan produk iklan yang baik. Kemudian, menentukan jenis huruf dan warna, menentukan konsep visualisasi, *storyboard* dan menentukan *software* yang akan digunakan, kemudian mengambil gambar/*shooting* .

### 3.2.1.2 Tahap Kedua

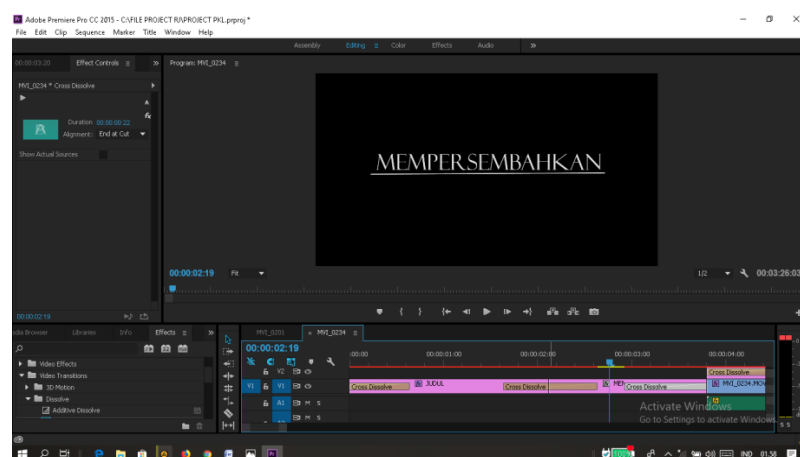
Penulis melakukan pengumpulan informasi mengenai perusahaan, mulai dari sejarah hingga produk yang di tawarkan. Tahap ini penulis lakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan , kemudian masuk ke tahap inti untuk mengedit bahan berupa *video*, menggunakan *software Adobe premiere pro CC 2015* .

## Tahap Pembuatan *Video Company Profile* RJ Advertising.



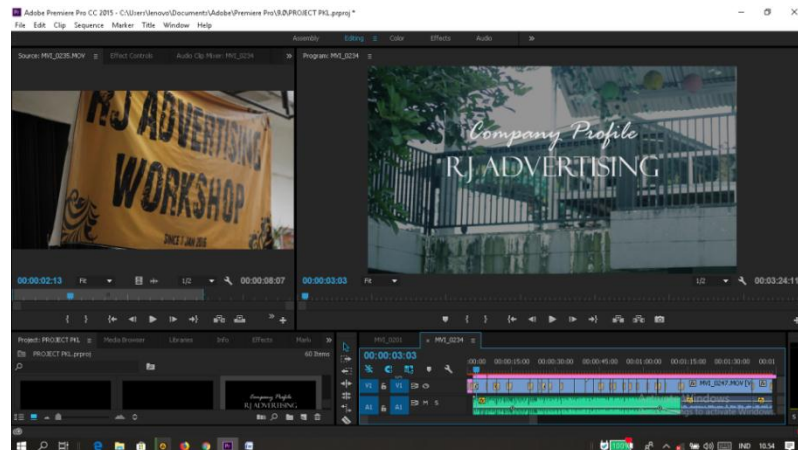
**Gambar 3.4** Proses Pembuatan *Opening slide 1.*

Pada tahap ini adalah pembuatan *opening video* dengan menampilkan *slide* nama penulis dengan menggunakan *title* dan disusun dengan tata letak yg menarik sehingga menyerupai bentuk logo. Dengan menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015.*



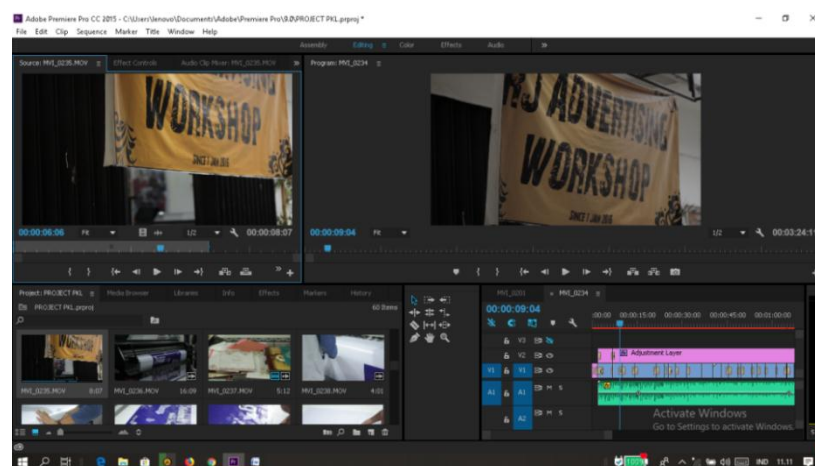
**Gambar 3.5** Proses Pembuatan *Opening Slide2.*

Berikutnya adalah menampilkan teks “MEMPERSEMBAHKAN” dengan menggunakan *title* teks yang terdapat pada *Adobe Premiere Pro CC 2015*.



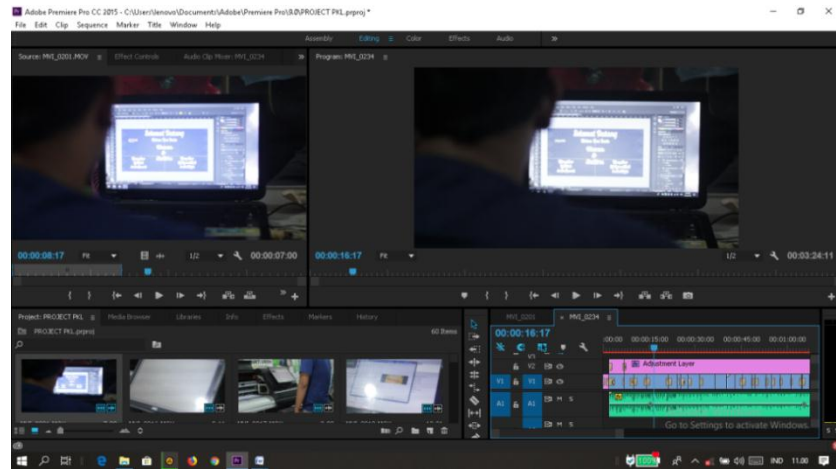
**Gambar 3.6 Opening Slide3.**

Pada *opening scene* ke tiga penulis menampilkan teks pada bagian depan gedung perusahaan dengan menggunakan *title* teks pada *Adobe Premiere Pro CC 2015*.



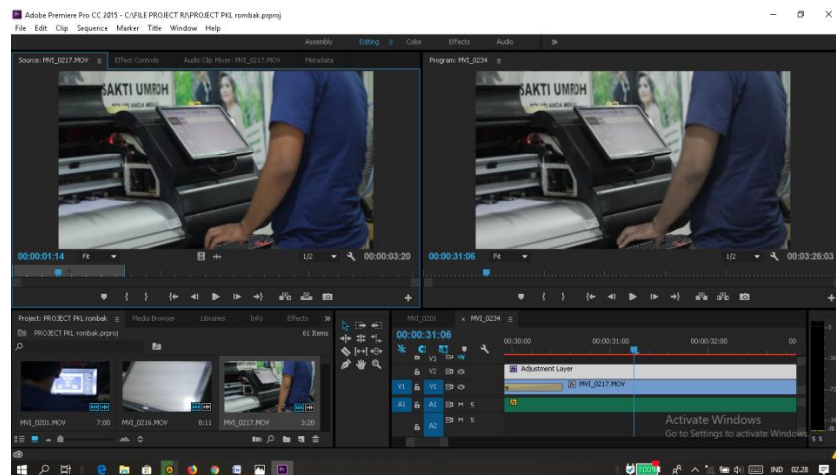
**Gambar 3.7 tampak depan dari perusahaan.**

Pada *scene* ini penulis menampilkan tampak depan dari perusahaan *RJ. Advertising* dengan sudut yang berbeda .



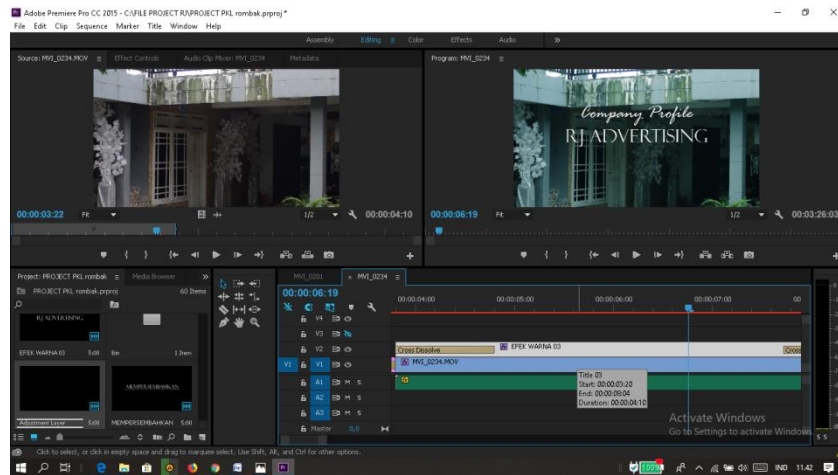
**Gambar 3.8 Tampak meja kerja editor.**

Di *scene* ini penulis menampilkan tampak meja kerja editor.



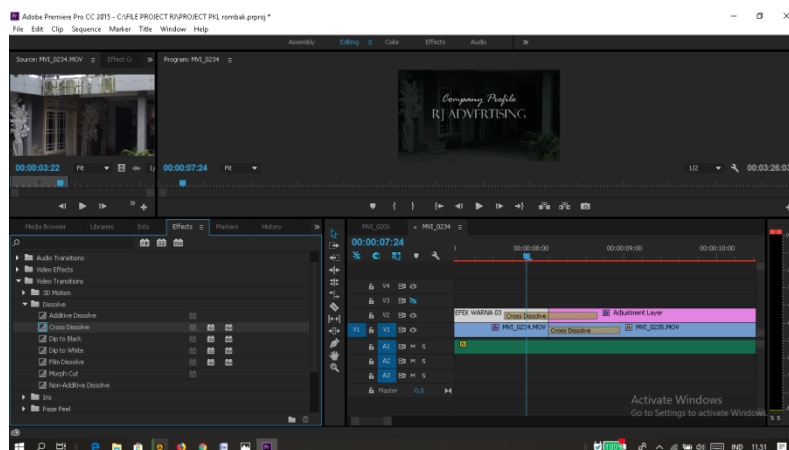
**Gambar 3.9 tampak mesin yang di gunakan perusahaan.**

Penulis menampilkan mesin yang dipakai oleh RJ.Advertising dan proses pencetakan baner.



**Gambar 3.10 Memberi efek warna.**

Di *scene* ini penulis mengubah warna menjadi lebih lembut agar lebih nyaman dilihat, dengan menurunkan saturation warna yang tersedia di *Adobe Premiere Pro CC 2015* dari 100% menjadi 60%.

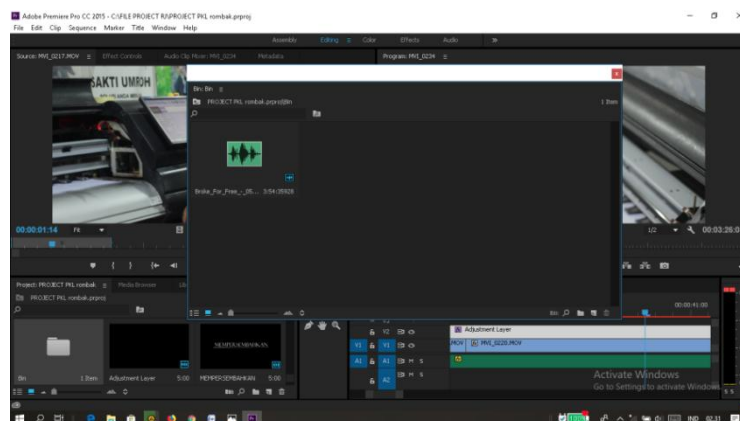


**Gambar 3.11 Memberi Efek transisi.**

Pada *slide* ini penulis memberi Efek transisi pada *video* menggunakan Efek *video* yang tersedia pada *Adobe Premiere Pro CC 2015* agar vidio terlihat lebih menarik.

### 3.2.1.3 Tahap Ketiga

Tahap ini adalah *finishing* Penulis menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015* karena *software* ini salah satu yang sering digunakan dalam pengeditan *video* yang berbasis *non-linear*, dan dalam penggunaan nya lebih mudah. Penulis menggunakan *software* ini untuk melakukan penambahan *backsound* dan efek suara. Pada *video* iklan promosi RJ. *Advertising* berbentuk *Vidio Company Profile*.



**Gambar 3.12 Menambahkan *backsound* lagu**

Di tahapan *finishing* ini penulis menambahkan lagu/*backsound* agar *video* lebih menarik untuk dinikmati. *video* akan ditambahkan *backsound* yang



telah disiapkan. Proses yang dilakukan dengan menambahkan sedikit ruang di awal *video* agar *background* dan *video* sinkron. Pada tahap ini juga, penulis menambahkan sedikit efek suara pada bagian akhir *video* agar *background* dan *video* sinkron. Pada tahap ini juga, penulis menambahkan sedikit efek suara pada bagian akhir *video*.

### **3.1.3. Penyelesaian Perancangan (Pasca-produksi)**

Setelah *video* iklan promosi RJ Advertising berbentuk *Vidio Company Profile*, hasil akhir tidak langsung dimuat dan diberikan kepada perusahaan, melainkan terlebih dahulu melalui tahap persetujuan dari dosen pembimbing, dan pembimbing PKL penulis, apakah telah sesuai dengan kriteria, bentuk, dan jenisnya. Kemudian barulah *video* di muat ke dalam berbagai media promosi seperti *website*, sosial media maupun televisi.

#### **3.1.3.1 Tahapan Penyelesaian**

1. Penyelesaian.
2. Tahap pengujian.
3. Evaluasi terakhir sebelum di *publish*.
4. Revisi pada bagian pasca produksi dan hasil evaluasi sebelum di *publish*.
5. Mencapai semua terget dan rencana yang telah dibuat.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Simpulan**

Berdasarkan bahasan pada bab sebelumnya tentang “*Video company profile RJ. Advertising*” Penulis menarik kesimpulan bahwa *Video company profile* dapat menjadi salah satu media promosi yang baik bagi perusahaan agar dapat dikenal masyarakat luas .

1. Selama proses Praktik Kerja Lapangan, penulis banyak mendapatkan manfaat, baik itu menjalankan dunia kerja sebenarnya maupun kemampuan dalam penyusunan laporan ini.
2. Seluruh teori, pengetahuan, dan wawasan yang diterima oleh penulis selama masa perkuliahanpun dapat diterapkan dengan baik di perusahaan tempat PKL. Walaupun pada kenyataan kadang tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya, namun penulis tetap dapat menjalankan laporan praktik kerja lapangan ini dan proyek dengan baik.

#### **4.2. Saran**

1. Sebaiknya perusahaan menjalin kerja sama promosi dengan berbagai media elektronik seperti sosial media, dengan begitu dapat mengukur efektivitas iklan yang ada melalui media tersebut.
2. Perusahaan diharapkan senantiasa menjaga kualitas produk atau jasa dan layanan yang ditawarkan agar masyarakat pun dapat kembali melakukan pembelian barang atau jasa perusahaan secara terus-menerus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Endah Murwani. 2013. *Desain grafis Seni Rupa dan Desain Grafis*. Jakarta : Erlangga
- Iwan Bunata, 2010, *storyboard* Multimedia digital dasar teori + pengembangan, Yogyakarta ; andi
- Munir (2013:8) *video company profile*. Multimedia konsep dan aplikasi dalam pendidikan, Bandung ; Alfabeta
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta.
- Siti Hena Nuraini *Vidio Profile* Pembuatan video profile sekolah menengah atas warga surakarta
- Soma Dwi Saftianto 2013, Pembuatan *Video Compay profile* pada sekolah menengah atas Muammadia 1 Karang Anyar : Jurnal FTI UNSA 2013 vol 2 no 1 maret 2013
- Subagyo, P. Joko, 2011, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik Cetakan Keenam*, Rineka Cipta, Jakarta
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. 2011. *Desain grafis Sejarah Seni Rupa dan Desain Modern*. Bandung: Penerbit ITB