



**PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT. INTEGRASI MEDIA
NUSANTARA MELALUI VIDEO DENGAN TEKNIK MOTION
GRAPHICS**



Oleh:

Farid Muhamarram

13420100014

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016**

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT. INTEGRASI MEDIA
NUSANTARA MELALUI VIDEO DENGAN TEKNIK MOTION
GRAPHICS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik :



FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2016

LEMBAR MOTTO



“Work Hard Play Harder”

LEMBAR PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan kepada orang tua dan semua pihak yang telah membantu
untuk menyelesaikan laporan ini dengan baik, Terima kasih*

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT. INTEGRASI MEDIA NUSANTARA
MELALUI VIDEO INFOGRAFIS DENGAN TEKNIK MOTION GRAPHICS

Laporan Kerja Praktik oleh

Farid Muhamarram

NIM : 13420100014

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

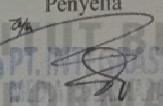
Surabaya, Agustus 2016

Disetujui :

Dosen Pembimbing,


Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom
NIDN. 0704017701

Penyelia


Imang Indah A
NIP.2012.02002

STIKOM

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA


Siswo Martono, S.Kom., M.M.
NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisni dan Informatika Stikom Surabaya, saya:

Nama : Farid Muharram
Nim : 13420100014
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul karya : **PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT. INTEGRASI MEDIA NUSANTARA MELALUI VIDEO DENGAN TEKNIK MOTION GRAPHICS**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi Pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyetujui untuk memberikan kepada Institute Bisnis dan Infomatika Stikom Surabaya HAK Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah yang berjudul:
2. Untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam bentuk pangkalan data (database), untuk di distribusikan atau di publikasikan untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 September 2016



Nim : 13420100014

ABSTRAK

PT. Integrasi Media Nusantara (IMAN) adalah perusahaan Teknologi Informasi yang didirikan di Surabaya sebagai penyedia layanan berbasis ICT (Information & Communication Technology).

PT. Integrasi Media Nusantara telah diberi kepercayaan untuk menata dan mengimplementasikan sistem informasi dan teknologi yang terintegrasi di berbagai Perusahaan. Beragamnya proses bisnis yang digunakan oleh berbagai perusahaan tersebut membutuhkan tenaga-tenaga terampil dan kompeten di bidangnya. Update teknologi terkini mutlak dibutuhkan untuk mendukung proses implementasi tersebut agar dapat lebih efisien, efektif dan tepat sasaran.

Tujuan dari perancangan company profile PT. Integrasi Media Nusantara (IMAN) adalah untuk Mengenalkan perusahaan secara luas menggunakan media video motion graphics. Dengan merancang video company profile PT IMAN sebagai perusahaan IT kini akan menjadi lebih mudah di ingat dan di kenal.

Kata kunci :*Perancangan company profile, Video, Motion Graphics*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah di berikan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Company Profile PT. Intergrasi Media Nusantara Melalui Video Dengan Teknik Motion Graphics” ini dapat diselesaikan.

Penulis juga berterima kasih kepada bapak Muh.Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan pengajaran kepada penulis pada laporan ini. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk membuat laporan ini sebaik mungkin, namun tidak ada gading yang tak retak. Untuk itu, penulis berharap adanya kritik, saran dan usulan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga laporan kerja praktik ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya, sekiranya laporan yang telah disusun ini dapat berguna bagi penulis sendiri. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata kata yang kurang berkenan terima kasih.

Surabaya September 2016

penulis



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Daftar Isi

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	4
1.6 Pelaksanaan	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II	7
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.2 Sejarah Perusahaan	7
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.4 Struktur Perusahaan	8
2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan	9
BAB III	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
3.1 Perusahaan	10
3.2 Profile	12
3.3 Company Profile	13
3.4 Video	15
3.5 Infografis	16
3.6 Motion Graphics	19
BAB IV	20
DESKRIPSI PEKERJAAN	20
4.1 Perancangan Karya	20

4.2	Pengumpulan Data.....	20
4.3	Brief Client	21
4.4	Observasi	21
4.5	Wawancara	22
4.6	Penentuan Konsep	23
4.7	Sketsa.....	24
4.8	Backsound.....	25
4.9	Implementasi Karya.....	26
	BAB V.....	35
	PENUTUP	35
5.1	Kesimpulan	35
5.2	Saran	35
	Daftar Pustaka	37
	LAMPIRAN.....	39



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 4.1 Bagan Pengerjaan.....	20
Gambar 4.2 Sketsa Video List dan Story Board Video.....	24
Gambar 4.3 Situs Backsound yang digunakan Video Company profile.....	25
Gambar 4.4 Format Video PT. Integrasi Media Nusantara.....	26
Gambar 4.5 Pembukaan Video Company Profile.....	27
Gambar 4.6 Produk PT. Integrasi Media Nusantara Beserta penjelasan.....	28
Gambar 4.7 Tampilan Layer Pembuatan Video Company Profile.....	29
Gambar 4.8 Cuplikan Video Project Overview di Graha Pena.....	30
Gambar 4.9 Final Pembukaan Video Company Profile.....	31
Gambar 4.10 Final Penutup Video Company Profile.....	32
Gambar 4.11 Final Video Tentang Perusahaan, Visi dan Misi, Bussiness Focus.....	33
Gambar 4.12 Final Video Jenis Produk, Produk Overview Software dan Hardware.....	34

stikom
SURABAYA



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ilmu pengetahuan teknologi dan informasi telah berkembang dengan pesat.

Dengan berkembangnya teknologi dan informasi suatu pekerjaan kantor atau rumah dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Bahkan teknologi dan informasi ini juga dapat di gunakan sebagai sarana dalam bidang bisnis. Contohnya adalah sarana untuk mempromosikan atau mengiklankan sebuah perusahaan berupa gambar, video, website, dan lain lain. Sarana untuk mempromosikan suatu perusahaan adalah Company profile. PT. Integrasi Media Nusantara adalah perusahaan yang bergerak di bidang IT (Informasi dan Teknologi), bertempatan di surabaya yang kurang memaksimalkan fungsi teknologi sebagai sarana mempromosikan perusahaan. Meskipun perusahaan ini memiliki company profile berupa buku dan website. Company profile yang di gunakan oleh PT. Integrasi Media Nusantara ini kurang optimal yang berakibat kurangnya minat pelanggan atau calon pelanggan untuk melihatnya.

PT. Integrasi Media Nusantara belum mempunyai sebuah video company profile untuk para pelanggan atau calon pelanggannya. Sehingga pelanggan atau calon pelanggan membutuhkan waktu yang lama untuk membaca dan memahami informasi-informasi tentang perusahaan ini. Oleh karena itu perlu solusi company profile yang singkat dan jelas, tidak lupa juga di rancang yang semenarik mungkin untuk perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara. Solusi tersebut adalah

perancangan company profile PT. Integrasi Media Nusantara melalui video infografis dengan teknik motion graphics.

Dari permasalahan sebelumnya bahwa company profile untuk suatu perusahaan sangatlah penting sebagai sarana mempromosikan perusahaan itu, masyarakat untuk menilai suatu perusahaan itu baik atau buruk melalui company profile yang di publikasikan secara umum. Company profile adalah gambaran tentang perusahaan bisa di anggap mewakili perusahaan kepada public sehingga tidak perlu bersusah payah untuk mencari informasi suatu perusahaan (Kriyantono, 2003:226). Pengertian company profile juga di jelaskan oleh Suyanto, 2003:99 bahwa company profile perusahaan dapat mengetahui keunggulan dari perusahaan tersebut. Dalam teori yang di kembangkan oleh rosser reeves sebuah keunggulan perusahaan yang tidak di miliki oleh perusahaan kompetitornya dapat di jadikan sebuah strategi dalam melakukan promosi sebuah perusahaan. Company profile berbentuk video mempunyai manfaat yang besar bagi perusahaan salah satunya adalah mudah dan cepat di akses oleh siapapun dan dimana pun. Perusahaan bisa memasukkan video company profilenya di internet atau di dalam websitenya. Video company profile yang akan di rancang ini berisi konten konten tertentu dari perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara seperti, tentang perusahaan, visi misi, proyek yang sudah di kerjakan, klien yang bekerjasama, produk-produk yang di jual oleh perusahaan ini dan lain lain. Video company profile yang di rancang ini berunsur infografis.

Infografis dapat di pahami oleh khalayak umum karena tidak memakai unsur-unsur yang sulit di pahami atau hanya menerangkan secara garis besar saja. Video company profile yang di rancang ini menampilkan sedikit kata-kata tentang

perusahaan yang di gabungkan dengan foto-foto gedung perusahaan ini, agar pelanggan dan calon pelanggan dapat memahami informasi yang di sampaikan dengan mudah dan cepat. Selain itu video tersebut akan memakai teknik motion graphics. Motion graphics dapat di gunakan sebagai teknik pengganti untuk orang-orang mempresentasikan suatu hal yang ingin di sampaikan. Dengan teknik motion graphics yang di gunakan untuk company profile perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara mampu bersaing dengan perusahaan sejenisnya yang bergerak di bidang IT.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan pada laporan kerja praktik ini adalah bagaimana merancang company profile PT. Integrasi Media Nusantara melalui video infografis dengan teknik *motion graphics*.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan laporan kerja praktik ini tidak terlalu meluas maka di perlukan batasan permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Video company profile yang berisi tentang perusahaan, visi misi, proyek yang sudah di kerjakan, klien yang bekerjasama, produk yang di jual.
2. Video infografis yang berbasis vector.
3. Teknik motion graphics yang berjenis 2 dimensi

1.4 Tujuan

Tujuan dalam laporan kerja praktik ini adalah merancang company profile PT. Integrasi Media Nusantara melalui video infografis dengan teknik motion graphics.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui cara merancang company profile perusahaan melalui video infografis dengan teknik motion graphics dan bermanfaat itu mahasiswa lainnya.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktisi yang di dapat sebagai berikut, sebagai media promosi, meningkatkan peluang, strategi untuk PT. Integrasi Media Nusantara yang belum di miliki perusahaan lain yang sejenisnya.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaa kerja praktik ini:

Periode waktu : 11 Juli – 19 Agustus 2016

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 11 Juli – 19 Agustus 2016

Tempat : PT. Integrasi Media Nusantara

JX International, ground floor 3rd suite

Jl. Ahmad Yani 99, surabaya.

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

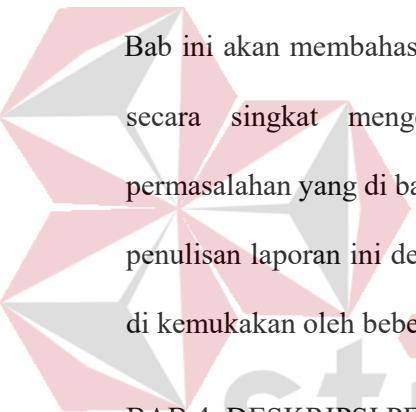
Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi,

di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

BAB 2 : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

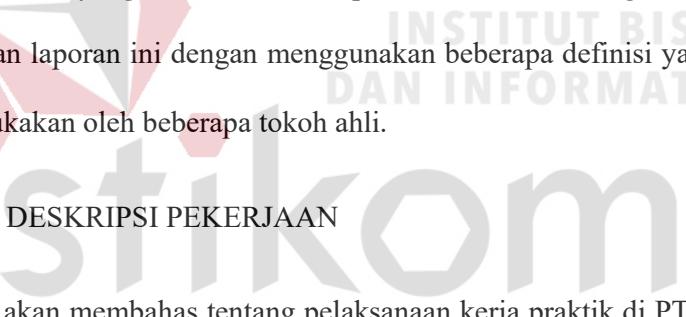
Bab ini membahas tentang gambaran umum tentang perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara, visi dan misi, produk yang di jual, dan projek overview yang di pernah di layani oleh perusahaan ini.

BAB 3: LANDASAN TEORI



Bab ini akan membahas tentang teori yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah di kemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

BAB 4: DESKRIPSI PEKERJAAN



Bab ini akan membahas tentang pelaksanaan kerja praktik di PT. Integrasi Media Nusantara. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai hasil perancangan yang di buat dalam bentuk sebuah karya video.

BAB 5: PENUTUP

Bab terakhir ini akan membahas dua hal yaitu kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

- a. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan akan membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil dari perancangan yang di buat.

b. Saran

Pada bagian saran akan membahas tentang masukan yang terkait dari permasalahan yang di ambil untuk laporan kerja praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi mengenai informasi-informasi yang di ambil untuk menjadi acuan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini. Daftar pustaka yang di ambil berupa buku, website, jurnal, dan lain lain.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT. Integrasi Media Nusantara (IMAN) adalah perusahaan Teknologi Informasi yang didirikan di Surabaya sebagai penyedia layanan berbasis ICT (Information & Communication Technology).

PT. Integrasi Media Nusantara telah diberi kepercayaan untuk menata dan mengimplementasikan sistem informasi yang terintegrasi di berbagai Perusahaan. Beragamnya proses bisnis yang digunakan oleh berbagai perusahaan tersebut membutuhkan tenaga-tenaga terampil dan kompeten di bidangnya. Update teknologi terkini mutlak dibutuhkan untuk mendukung proses implementasi tersebut agar dapat lebih efisien, efektif dan tepat sasaran.

2.2 Sejarah Perusahaan

PT. Integrasi Media Nusantara adalah perusahaan teknologi Informasi yang didirikan sejak awal tahun 2012, dan baru berbadan hukum di Surabaya pada tahun 2014.

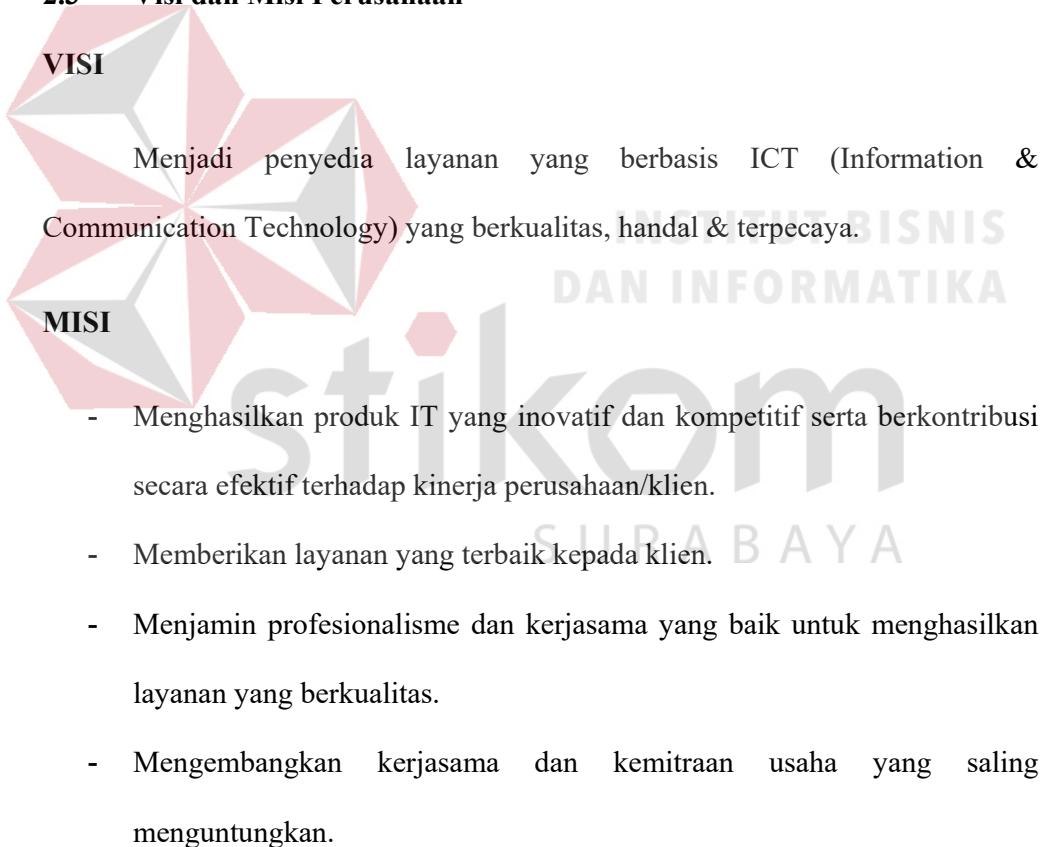
Hal ini untuk memudahkan pengembangan pasar di wilayah Indonesia Timur. PT. Intergrasi Media Nusantara (IMAN) berkedudukan di Gedung JX International, Bussiness Suite No.3-5, Jl. Ahmad Yani 99, Surabaya.

PT. Integrasi Media Nusantara (IMAN) telah di beri kepercayaan untuk menata dan mengimplementasikan sistem informasi yang terintegrasi di berbagai Korporasi.

Beragamnya proses bisnis yang di gunakan oleh berbagai perusahaan klien tersebut membuat SDM kami terus belajar sehingga menjadi tenaga - tenaga terampil dan kompeten di bidangnya. Update teknologi terkini terus kami lakukan untuk mendukung proses implementasi agar dapat lebih efisien, efektif dan tepat sasaran.

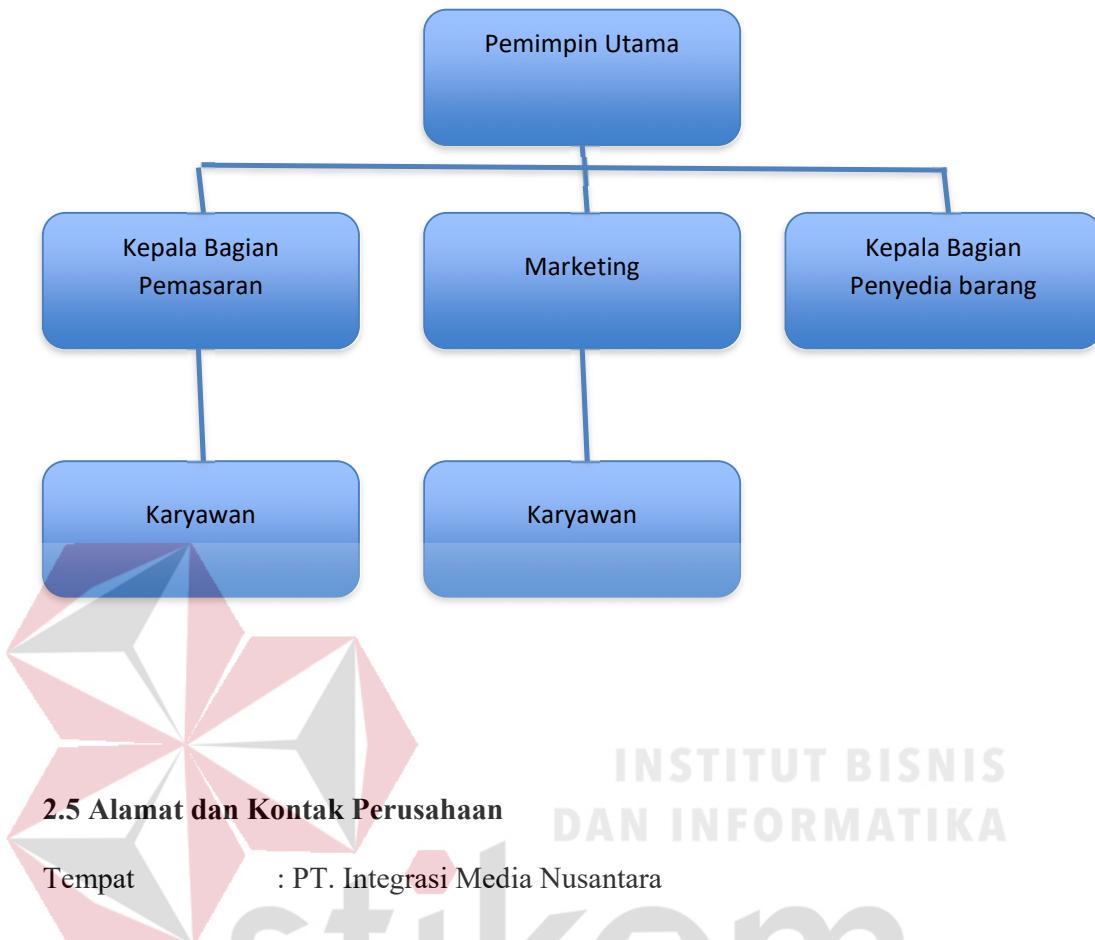
Berdasar pengalaman itulah membuat kami menjadi IT Solution yang handal dan terpercaya untuk menangani korporasi.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan



2.4 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan di Rockin'Visual adalah sebagai berikut :



2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan

Tempat : PT. Integrasi Media Nusantara

Alamat : Head Office :JX InternationalGround Floor 3rd Suite Jl. Ahmad Yani 99 Surabaya-Jawa Timur-Indonesia

Buka : Senin – Jumat, 08.00 – 17.00

Phone / Fax / Hp : 031-847-9055 / 0828-9403-1118

Website / Email : www.iman.co.id / info@iman.co.id

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Perusahaan

Menurut Kansil (2001:2) perusahaan adalah bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba.

Definisi sebuah menurut ketentuan pasal 1 huruf b undang-undang nomor 3 tahun 198 perusahaan di bagi menjadi dua yaitu company dan bussiness. Company merupakan organisasi yang didirikan dalam wilayah negara indonesia. Sedangkan bussiness adalah kegiatan di bidang ekonomi seperti, perdagangan, perindustrian, perjasaan, dan lain lain yang di jalankan secara terus menerus. Perusahaan memiliki berbagai macam jenisnya tergantung dasar dari perusahaan lapangan kerja atau kepemilikan. Jenis-jenis perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan berdasarkan lapangan kerja:

1. Perusahaan ekstraktif adalah perusahaan yang kegiatannya langsung mengambil dan memanfaatkan hasil-hasil kekayaan alam. Contohnya perusahaan pertambangan dan penangkapan ikan di lautan bebas.
2. Perusahaan agraris adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam, contohnya perusahaan agro industri, perusahaan perkebunan, perusahaan perikanan darat.

3. Perusahaan industri adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi ataupun jadi. Contohnya perusahaan pakaian, perusahaan bahan kain, perusahaan sepatu.
4. Perusahaan niaga atau perdagangan adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyalurang jual dan beli barang dari produsen kepada konsumen. Contohnya perusahaan grosir, perusahaan ekspor dan import.
5. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa kepada pelanggan. Contohnya perusahaan perbankan, perusahaan telekomunikasi, dan lain lain.

b. Perusahaan berdasarkan kepemilikan:

1. Perusahaan negara adalah perusahaan yang di dirikan dan di bermodal oleh negara.
2. Perusahaan koperasi adalah perusahaan yang di dirikan dan di modalii oleh anggotanya.
3. Perusahaan swasta adalah perusahaan yang di dirikan dan bermodal dari sekelompok orang dari luar pihak perusahaan.

Perusahaan yang di dirikan di indonesia memiliki sebuah bentuk perusahaan, sebagai berikut:

1. Perusahaan perorangan/individu

Perusahaan perorangan biasa di sebut perusahaan perseroan dimana kepemilikan perusahaan terdiri dari satu orang saja.

2. Perusahaan persekutuan/partnership

Perusahaan persekutuan adalah perusahaan yang di miliki terdiri dua orang atau lebih yang secara bersama-sama bekerja untuk mencapai suatu tujuan bisnis.

Namun perusahaan persekutuan adalah termasuk perusahaan dalam bentuk FIRMA dan perusahaan persekutuan komanditer adalah perusahaan dalam bentuk CV.

3. Perusahaan perseroan terbatas

Perusahaan yang memiliki badan hukum resmi dan di miliki oleh minimal dua dengan tanggung jawab yang hanya berlaku pada perusahaan tanpa melibatkan harta pribadi atau perorangan yang terlibat. Pemilik perusahaan PT tidak harus memegang kendali perusahaannya melain pemilik perusahaan PT dapat menunjuk anggotanya untuk menjadi pemimpin di perusahaan PT itu.

3.2 Profile

Ada berbagai pendapat dari para ahli tentang hakikat profil. Profil menurut Sri Mulyani (1983: 1) profil adalah pandangan sisi, garis besar, atau biografi dari diri seseorang atau kelompok yang memiliki usia yang sama. Menurut Victoria Neufeld (1996, dalam Desi Susiani, 2009: 41) profil merupakan grafik, diagram, atau tulisan yang menjelaskan suatu keadaan yang mengacu pada data seseorang atau sesuatu.

Sedang menurut Hasan Alwi (2005:40) profil adalah pandangan mengenai seseorang. Dari berbagai pengertian dan pendapat tentang profil yang diungkapkan oleh para ahli dapat dimengerti bahwa pendapat-pendapat tersebut tidak jauh berbeda bahwa profil adalah suatu gambaran secara garis besar tergantung dari segi mana memandangnya. Misalkan dari segi seninya profil dapat diartikan sebagai gambaran atau sketsa tampang atau wajah seseorang yang dilihat dari samping.

Sedangkan bila dilihat dari segi statistiknya profil adalah sekumpulan data yang menjelaskan sesuatu dalam bentuk grafik atau tabel. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan profil adalah gambaran tentang keadaan atlet anggar Kabupaten Purworejo yang dipandang dari segi kemampuannya.

3.3 Company Profile

Company profile (Rachmat Kriyantono, 2008) adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda (Kriyantono, 2008). Sedangkan menurut Murti Sumarni (1997), bahwa perusahaan adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang atau jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

company profile memang berbeda-beda formatnya namun tergantung dari sebuah kebutuhan perusahaan itu sendiri, meskipun begitu company profile harus yang di gunakan harus jelas dan dapat di pahami oleh calon pelanggan.

Company profile untuk perusahaan jenisnya berbeda-beda mulai dari sebuah buku, website, dan video. Dengan perkembangan zaman company profile di kemas semenarik mungkin yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Maka

dari itu company profile harus di rancang dengan baik berguna akan menambah nilai jual kepada bisnis perusahaan. Dari yang di sebut sebelumnya company profile memiliki jenis yang beragam yaitu buku, website, dan video yang mempunyai pengertian tersendiri.

a. Company profile jenis buku atau cetak

Company profile jenis buku atau cetak adalah jenis company profile yang umum di gunakan karena merupakan media yang praktis dan paling mudah di pakai dimanapun untuk mempresentasikan kepada calon pelanggan. Company profile jenis buku atau cetak ini mengutamakan tulisan, gambar atau foto, desain yang menarik.

b. Company profile jenis video

Company profile jenis video adalah jenis company profile yang bersifat multimedia karena mengkombinasikan gambar bergerak, foto, teks, grafik hingga suara latar yang di sajikan dengan menarik.

Pada biasanya video company profile ini berdurasi singkat, oleh karena itu dalam pembuatan video company profile ini membutuhkan waktu yang lama dan konsep yang matang serta konten-konten apa saja yang akan di masukkan dalam video nanti.

c. Company profile jenis website

Company profile jenis website adalah company profile yang di posting melalui website dari perusahaan itu sendiri, bahkan company profile menggunakan website memiliki kelebihan yaitu dari segi jangkauan. karena melalui internet company profile menggunakan website akan dapat di lihat semua masyarakat di seluruh dunia selama 24 jam sehari.

3.4 Video

Video menurut nasib pakpahan (2016) adalah sebuah teknologi yang dasarnya merekam, menangkap, memproses, mentransimiskan, dan menata ulang objek menjadi gambar bergerak. Video biasa menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa di sebut gabungan dari gambar-gambar mati yang di baca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu.

Gambar-gambar yang di gabung secara berurutan tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan frame adalah frame rate. Video biasa di temukan masyarakat di dalam website youtube.com, mulai dari video klip lagu, dokumentasi, cerita pendek, company profile, presentasi, dan lain lain.

Dalam laporan ini video digunakan untuk mempresentasikan sebuah company profile perusahaan. video presentasi memiliki fungsi dan jenisnya, maka pengertian dari video presentasi adalah suatu video yang untuk mengkomunikasikan gagasan, ide, atau rencana yang bertujuan untuk memperkenalkan individu atau organisasi dan sebuah produk. Proses dalam pembuatan video presentasi ini merekam gambar atau objek dan suara, menata urutan atau memotong gambar dan menyatukannya menjadi suatu kesatuan yang utuh.

Dalam proses pengambilan gambar untuk video di perlukan bermacam alat yang di perlukan, seperti kamera digital, mic recorder, tripod, lightning, software, dan lain lain. Tetapi dari semua alat yang ada tergantung dari konsep video yang akan dibuat dan tidak semua alat di perlukan dalam pembuatan video.

Fungsi dari video presentasi sebagai sarana mengkomunikasikan sebuah rencana dan ide melalui penyajian satu buah video yang dihasilkan. Selain itu video presentasi juga menjadi alat mengkomunikasikan gagasan atau konsep, dalam video presentasi harus menyampaikan keunggulan gagasan atau ide yang dapat disampaikan dengan mudah. Konsep atau ide yang digunakan untuk video presentasi akan lebih menarik jika menggunakan gagasan dan kreatifitas yang original.

Video presentasi untuk company profile memiliki sebuah kelebihan karena video nanti dapat dikombinasikan animasi 2D atau 3D sehingga menjadi hasil yang maksimal. Dan dapat ditampilkan di manapun mulai dari ditampilkan di gedung perusahaan itu sendiri hingga diunggah melalui internet yang memiliki tambahan kelebihan karena potensi akan dilihat sangat besar oleh banyak masyarakat di seluruh dunia.

3.5 Infografis

Infografis menurut Ananggadipa Raswantod dari house of infographics (2016) infografis berasal dari kata bahasa Inggris infographics yang merupakan singkatan dari informasi dan grafis adalah bentuk visual data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan mudah dan cepat.

Proses pembuatan infografis disebut data visualisation, information design, information architecture. Menyampaikan pesan secara visual sudah di kenal sejak lama, seperti pada zaman manusia purba dimana terdapat banyak lukisan di dalam gua yang menggambarkan suatu kejadian.

Penyampaian informasi dengan visual memiliki banyak keuntungan dibanding hanya menggunakan teks saja, dikarenakan manusia lebih mudah dan cepat memahami informasi yang disampaikan dengan visual. Salah satu alasannya adalah informasi yang tertangkap secara visual akan di proses sekaligus oleh otak, berbeda dengan informasi yang disampaikan dengan teks, karena informasi yang disampaikan di proses secara linier dari awal kalimat hingga di akhir kalimat.

Infografis memiliki banyak manfaat untuk penyampaian informasi. Pada era dimana informasi sangat membludak, para audience memiliki keterbatasan waktu dan energi untuk memahami atau membaca informasi yang disampaikan. Dengan banyaknya distraksi dan pengalihan seperti media sosial, game, berita online yang kredibilitasnya di ragukan, saat ini consumer attention merupakan aset yang penting. Infografis yang dibuat harus berhasil membuat suatu perhatian dari target audience untuk memahami apa yang akan si pembuat infografis sampaikan. Maka dari itu infografis berbentuk secara visual memiliki kekuatan visual yang menarik perhatian dan mengurangi barrier atau halangan tersebut. Dalam membuat infografis diperlukan percampuran skill desain, analisa informasi, dan storytelling. Ketiga komponen tersebut adalah kunci dari infografis yang maksimal.

Infografis mempunyai 3 macam yaitu infografis statis, infografis animasi, dan infografis interaktif. Dari ketiga jenis infografis memiliki pengertian tersendiri sebagai berikut:

a. Infografis statis

Infografis statis adalah infografis dalam bentuk gambar yang tidak bergerak. Seperti misalnya infografis pada media cetak ataupun website. Infografis

ini adalah jenis infografis yang paling umum. Hampir semua infografis yang kami buat di awal adalah bentuk infografis statis, contohnya: Infografis Ujian Nasional 2015, Infografis Asal Usul Nama Karakter Dragon Ball. Infografis statis dapat diaplikasikan pada berbagai media seperti misalnya pada event pameran, seperti infografis kami untuk SKK Migas ini yang dipakai pada pameran internasional di Korea Selatan: Infografis Gas Alam, Energi Strategis Indonesia dimana infografis tersebut dicetak dalam ukuran besar pada booth.

b. Infografs animasi

Infografis animasi atau animated infographic adalah infografis dalam bentuk video animasi, baik 2 dimensi maupun 3 dimensi. Infografis ini dapat digunakan pada televisi ataupun media online seperti YouTube atau Vimeo. Infografis animasi dapat lebih menarik karena selain elemen visual juga menggunakan motion (pergerakan) dan audio (musik/sound effect) yang dapat memperkuat informasi/pesan yang ingin disampaikan. Untuk membuat infografis animasi diperlukan keahlian yang beragam, seperti director, animator, illustrator, music artist, voice over, dan lain lain.

c. Infografis interaktif

Infografis interaktif adalah infografis yang ditampilkan pada website dan pengguna dapat berinteraksi dengan informasi yang ditampilkan melalui user interface yang telah di-desain. Dengan infografis interaktif pengguna dapat sesuai keinginan mengeksplorasi informasi yang ingin didapatkan. Pada pihak pembuat infografis pun dapat merancang tampilan agar informasi yang disampaikan seefektif mungkin sesuai perilaku *user*. Untuk membuat infografis interaktif diperlukan keahlian seperti desainer, illustrator, UI/UX desainer, dan

programmer. pada infografis interaktif programmer/developer memiliki peran yang penting agar infografis yang sudah didesain dapat berfungsi dengan maksimal dan tanpa masalah.

3.6 Motion Graphics

Menurut Sukarno (2008,2) Motion graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music.

Penggunaan motion graphic yang umum adalah sebagai title sequence (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dan lain lain.

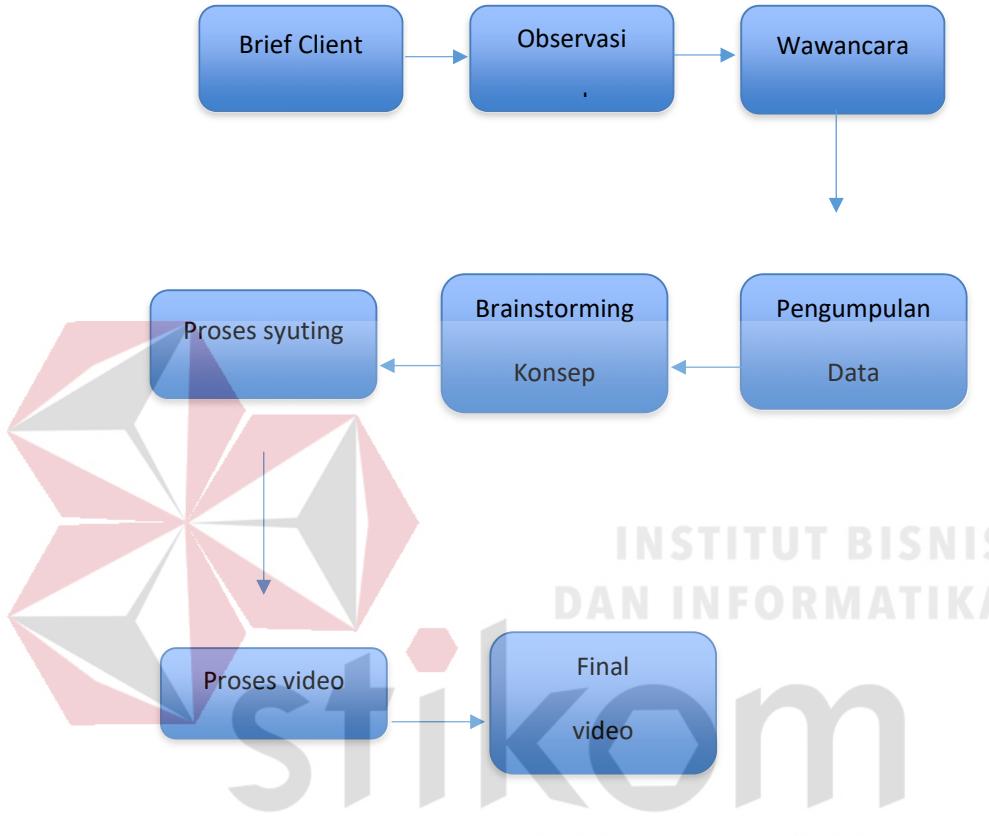
Wardhani, (2014:3) Motion graphics adalah grafis yang menggunakan video dan atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak ataupun transformasi. Graphic design telah berubah dari static publishing dengan memanfaatkan teknologi komunikasi termasuk film, animasi, media interaktif, dan environmental design

Dalam membuat sebuah motion graphics di butuh software pendukung untuk membuatnya, software tersebut adalah adobe after effects, autodesk combustion, autodesk flint atau frame, apple motion atau shake, maxon cinema 4D, softimage XSI, autodesk maya atau 3D studio max, newtake lightwave, blender, dan electric image.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Perancangan Karya



Gambar 4.1 Bagan Pengerjaan

4.2 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan pembedahan *literature* seperti buku, jurnal dan internet serta melakukan wawancara dan observasi langsung dilapangan agar data yang didapat sesuai dengan perusahaan tersebut.

4.3 Brief Client

Brief Client adalah data-adata perusahaan yang akan di gunakan untuk suatu projek. *Brief client* biasanya dalam bentuk tertulis atau lisan. *Brief client* sendiri berisi langkah-langkah yang harus dikerjakan dalam projek tersebut. Penulis bersama rekan-rekan yaitu ivan, wahyu, rendi, dan dimas mendapat brief client berupa sebuah buku. Buku tersebut berisikan tentang perusahaan tersebut, visi misi, dan produk-produk yang dijual.

Dalam dunia desain, brief adalah hal utama yang dibutuhkan untuk bisa menentukan desainnya akan dibuat. PT. Integrasi Media Nusantara memberikan brief untuk video company profilenya adalah video menggunakan slide seperti powerpoint namun di animasikan, video berisi produk perusahaan, visi misi, business fokus, komitmen, dokumentasi projek perusahaan, dan gambar-gambar dari produk PT. Integrasi Media Nusantara

4.4 Observasi

Observasi merupakan melakukan sebuah penelitian langsung ke lapangan. Observasi bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data-data yang ada di lapangan. Informasi dan data tersebut akan diolah kembali untuk menentukan sebuah keyword. Observasi dilakukan dengan jangka waktu yang lama. Di karenakan untuk menemukan suatu masalah atau kekurangan pada objek yang di teliti tersebut.

Obervasi yang penulis dapatkan adalah perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara memiliki kekurangan pada desain company profilenya. Company profile

yang dimiliki hanya berupa buku seperti katalog yang di jilid spiral hitam, website yang kurang aktif, dan belum mempunyai video untuk company profilenya.

4.5 Wawancara

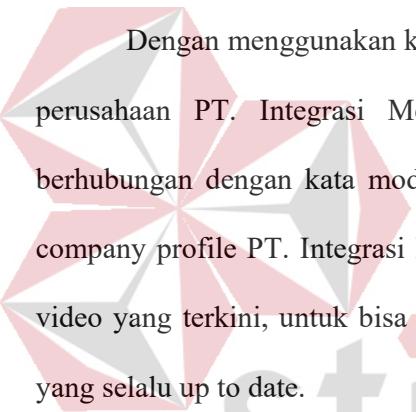
Wawancara adalah bagian dari observasi dilapangan. Dengan melakukan wawancara secara langsung akan mendapatkan informasi mendalam apa yang diinginkan oleh perusahaan. Wawancara sangat penting untuk melakukan interaksi antara desainer dan klien.

Wawancara juga sebagai bukti untuk melakukan pembuatan company profile berupa video. Karena didalam video company profile tersebut terdapat data-data murni dan terjamin keasliannya tanpa adanya rekayasa sedikit pun. Penulis melakukan wawancara dengan pak edi dan mbak imang, mereka adalah narasumber penulis dan rekan-rekan yang melobby dari awal hingga akhir. Pak edi adalah bagian programmer dan mbak imang adalah bagian general affair dari PT. Integrasi Media Nusantara, maka dari itu mereka memiliki informasi apa saja yang dibutuhkan untuk pembuatan video company profile.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan adalah PT. Integrasi Media Nusantara memiliki masalah dengan media-media seperti katalog, company profile, promosi, dan video, dikarenakan calon pelanggan atau pelanggannya jarang melihat media-media tersebut. Dan juga pemimpin PT. Integrasi Media Nusantara memberikan informasi bahwa beliau menyukai warna orange seperti yang ada di logo tersebut, hal tersebut menjadi poin utama bagi penulis untuk menentukan warna pada video yang dibuat ini.

4.6 Penentuan Konsep

Menentukan konsep yang akan digunakan untuk membuat video company profile PT. Integrasi Media adalah dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam pada perusahaan tersebut. PT. Integrasi Media sendiri adalah perusahaan teknologi, maka dari itu konsep yang digunakan adalah berhubungan dengan teknologi yaitu Modern. Dengan konsep modern ini sangat cocok untuk PT. Integrasi Media sebagai perusahaan yang menjual berbagai peralatan modern berbasis teknologi.

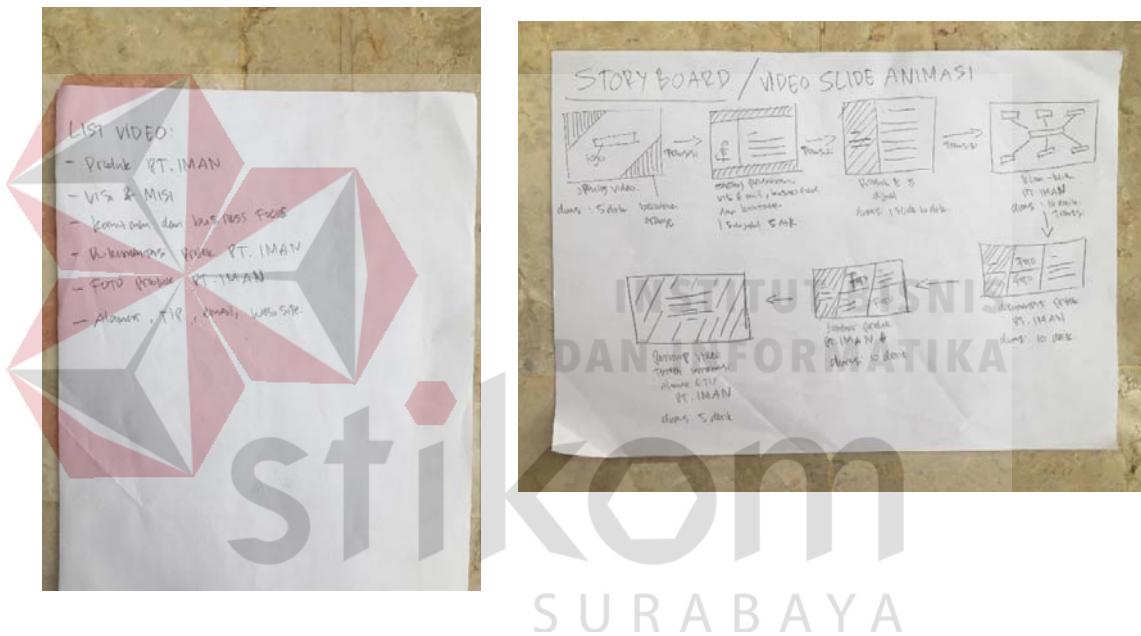


Dengan menggunakan konsep modern, sesuai dengan apa yang di inginkan perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara yang berbasis teknologi yang berhubungan dengan kata modern. Dengan konsep modern dalam desain video company profile PT. Integrasi Media Nusantara menggunakan teknik pembuatan video yang terkini, untuk bisa menyaingi dengan video company profile lainnya yang selalu up to date.

Modern dalam video company profile ini menggunakan teknik yang terkini atau sekarang bisa disebut dengan *trend*, yaitu motiongraphics. Video company profile sekarang jauh lebih modern daripada video company profile yang menggunakan talent, menyunting gambar-gambar sekitar yang kurang berpengaruh dalam videonya. Maka dari itu video company profile PT. Integrasi Media Nusantara ini dibuat dengan konsep modern, agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya yang mungkin belum memiliki video company profile dengan teknik motiongraphics.

4.7 Sketsa

Dalam pembuatan video diperlukannya untuk merancang storyboard berupa sketsa. Storyboard berfungsi untuk menentukan alur atau jalan cerita dalam video agar tersusun rapi dan jelas. Berdasarkan brief dari PT. Integrasi Media Nusantara penulis dapat mengetahui apa saja yang perlu dimasukkan dalam video company profile yang akan dibuat. Berikut adalah storyboard yang telah disetujui oleh PT. Integrasi Media Nusantara.

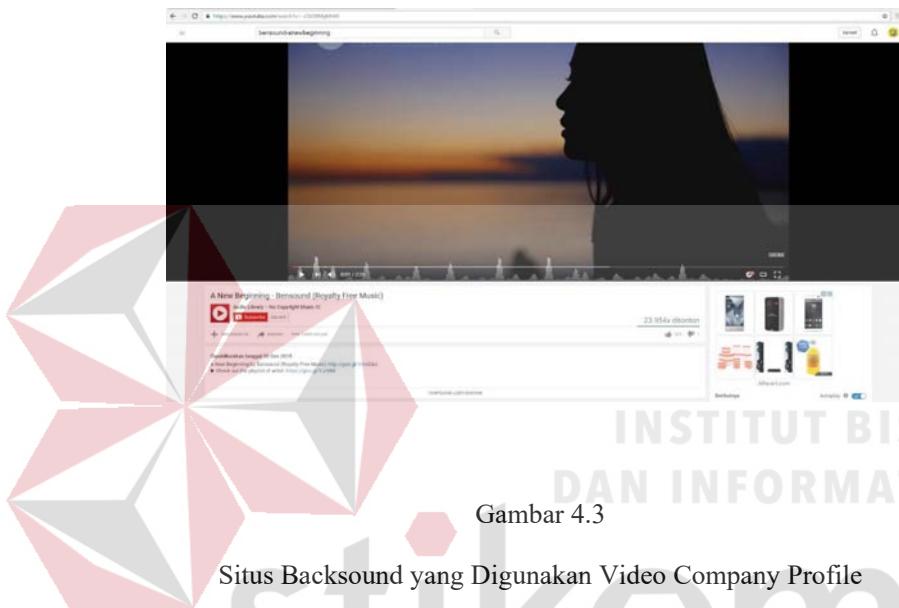


Gambar 4.2 Sketsa Video List dan Storyboard Video

Company Profile PT.Integrasi Media Nusantara

4.8 Backsound

Pada tahap finishing dalam pembuatan video company profile PT. Integrasi Media adalah memberikan sebuah backsound. Backsound ini berfungsi untuk mendukung video company profile agar dapat terlihat menarik di tonton bagi masyarakat atau klien.



Gambar 4.3

Situs Backsound yang Digunakan Video Company Profile

Di website youtube.com yang dapat di download gratis

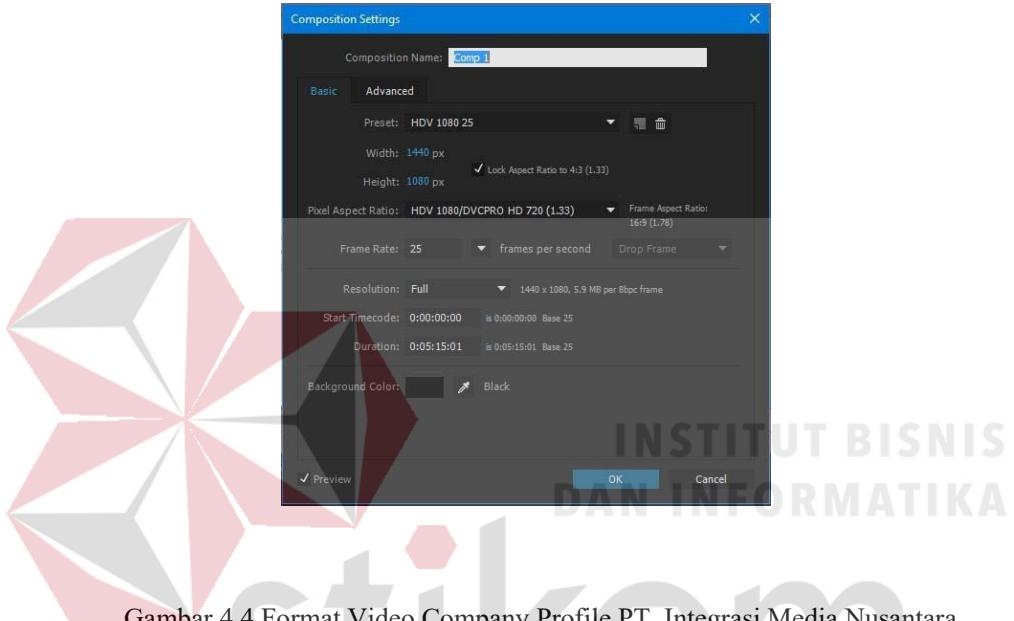
Sumber : Dokumentasi Penulis

Backsound yang digunakan adalah musik instrumental, yang berjudul bensound-anewbeginning. Musik yang dipakai sangat cocok untuk sebuah company profile, karena dengan instrumental yang memiliki perasaan motivasi dan tenang dapat memberikan rasa kenyamanan dan keyakinan saat melihat video company profile ini. Selain itu backsound yang di pakai durasinya sangat cocok untuk company profile, bahwa video company profile pada umumnya adalah 2,5 menit atau lebih. Selain itu Backsound yang digunakan didapatkan secara free

download disitus youtube audio library yang dapat digunakan secara bebas tanpa ada lisensi sang pencipta musik tersebut.

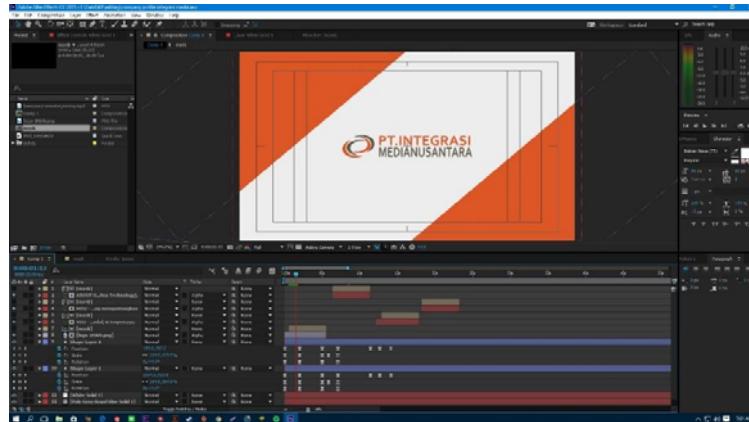
4.9 Implementasi Karya

4.9.1 Perancangan Media



Sumber : Hasil Olahan Penulis

Format media yang digunakan adalah resolusi full HD berukuran 1920x1080px 25fps. video ini berisi informasi tentang perusahaan, visi dan misi, hasil project dari client PT. Integrasi Media Nusantara.



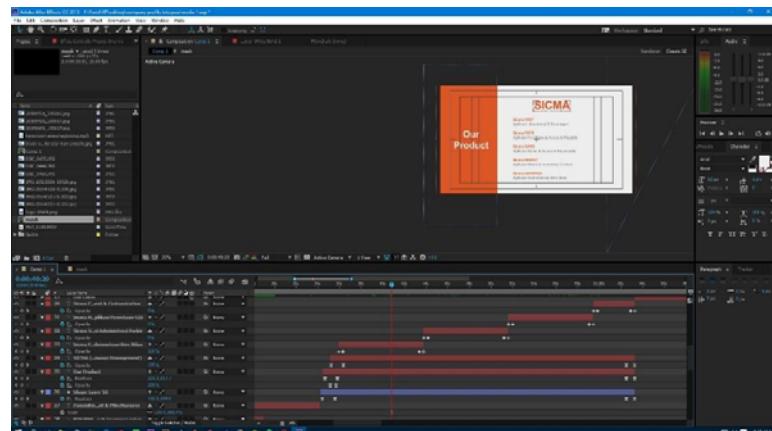
Gambar 4.5 Foto Pembukaan Video Company Profile Menggunakan

Shape Miring Berwarna Orange

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pada bagian pembukaan video company profile PT. Integrasi Media Nusantara memakai *shape* disisi atas kiri dan bawah kanan sebagai layout. Tepat di tengah adalah logo dari perusahaan yang di beri efek cahaya melintas di sekitar logo.

Pada pembukaan video yang telah di buat ini memakai pergerakan yang awal mulanya adalah berwarna orange polos dan *shape* tersebut di gerakkan seolah seperti gerbang yang awalnya tertutup menjadi terbuka, setelah itu muncul logo perusahaan dengan efek yang mempercantik logo dan memperhalus alur video tersebut.



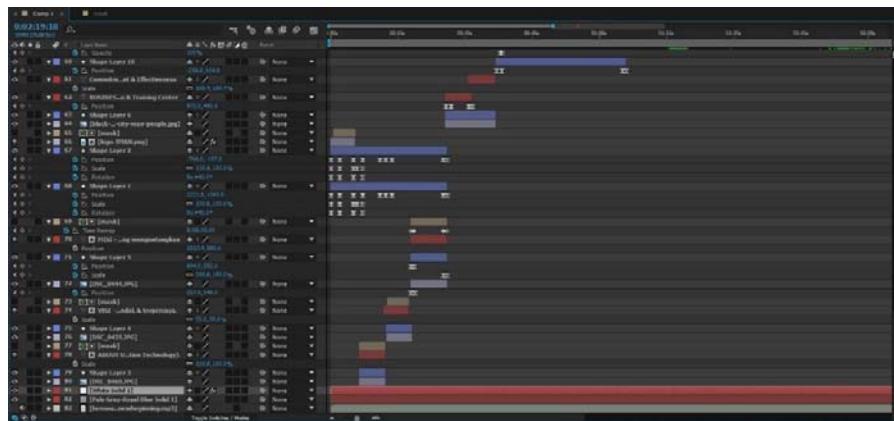
Gambar 4. 6 Foto Berisi Produk-Produk Dari PT. Integrasi Media Nusantara

Beserta Penjelasan Dari Setiap Produk

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Bagian scene produk-produk PT. Integrasi Media Nusantara tetap memakai *shape* yang sama pada bagian pembukaan namun penempatan pada scene ini di sebelah kiri vertikal. Pada *shape* tersebut di tempat keterangan “Our Product” untuk menunjukkan pada penonton bahwa inilah produk dari PT. Integrasi Media Nusantara.

Produk perusahaan PT. Integrasi Media Nusantara di urutkan dengan poin-poin agar penonton dapat melihat dengan jelas sesuai alurnya. Pada poin-poin tersebut di berikan efek *opacity* untuk memperhalus alur dari video company profile.



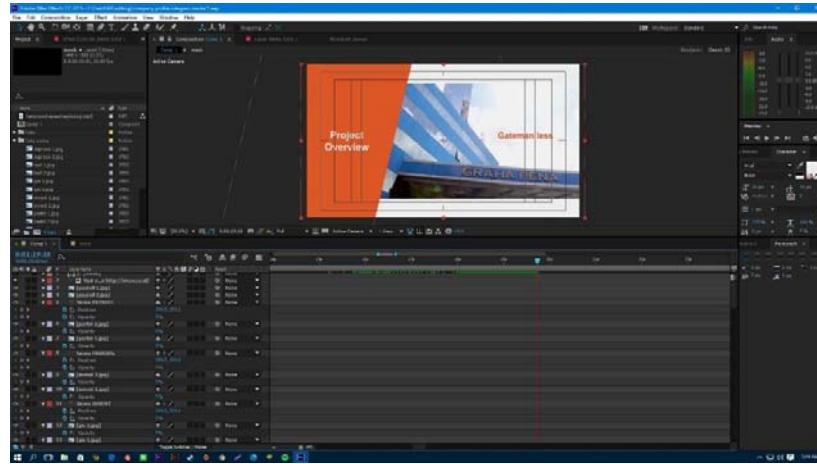
Gambar 4. 7 Tampilan Layer Dalam Pembuatan

Video Company Profile PT. Integrasi Media Nusantara

sumber: Hasil Olahan Penulis

Tampilan layer pada software after effect berbeda dengan software video/animas lainnya. Layer yang berwarna merah adalah layer sebuah tulisan, layer berwarna biru adalah *shape* yang di gunakan, layer berwarna biru keputihan adalah layer foto yang digunakan, dan layer berwarna coklat adalah layer masking, dan layer yang paling bawah berwarna hijau adalah layer backsound pada pembuatan video.

Setiap layer terdapat titik-titik berwarna putih yaitu path poin, adalah titik awal dan titik akhir dari pergerakkan setiap layer. Path poin tersebut bisa atur pergerakannya dan kecepatan gerak dari layer itu.



Gambar 4.8 Cuplikan Video Project Overview Di Graha Pena

Oleh PT. Integrasi Media Nusantara

sumber: Hasil Olahan Penulis

Video company profile yang dibuat menyertakan sebuah cuplikan video dari projek yang telah terjadi di Graha Pena oleh PT. Integrasi Media Nusantara. Video cuplikan tersebut menginformasikan bahwa PT. Integrasi Media Nusantara ini memiliki klien besar seperti Graha Pena. Video cuplikan tersebut berisi produk-produk PT. Integrasi Media Nusantara berupa gate manless masuk dan keluar.

4.9.2 Final Video Company Profile

1. Final video Pembukaan dan Penutup Company Profile



Gambar 4.9 Final Video Pembukaan Company Profile

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Konsep dari pembuatan video company profile PT. Integrasi Media Nusantara adalah modern. Dengan konsep modern tersebut di visualisasikan dengan tampilan layout video yang simple. menggunakan warna orange menyesuaikan dengan logo dari perusahaan tersebut. Pada video company profile scene pembukaanya menggunakan layout yang simple dan menggunakan *shape* yang solid berwarna orange seperti logo perusahaan tersebut.



2. Final Video Tentang Perusahaan, Visi dan Misi, dan Business Focus



Gambar 4.11 Final Video Tentang Perusahaan, Visi dan Misi, dan Business Focus PT.

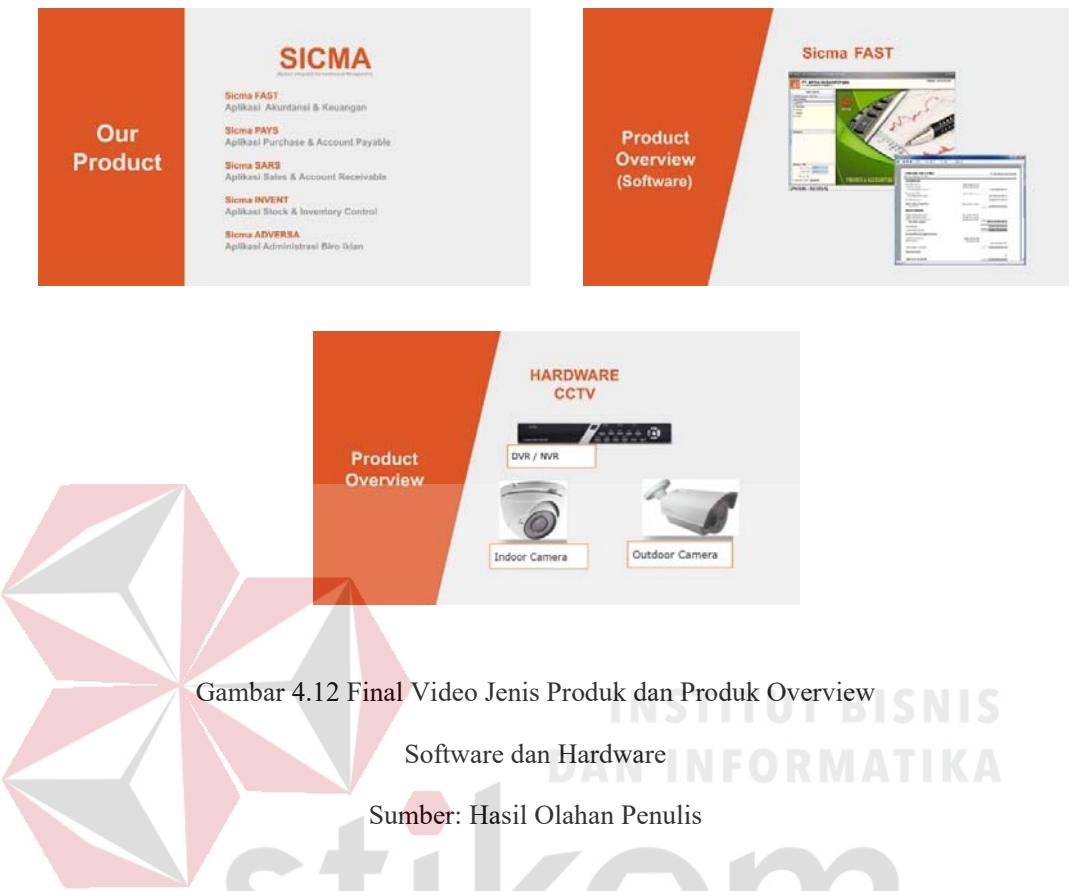
Integrasi Media Nusantara

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Pada scene tentang perusahaan, visi dan misi, dan business focus menggunakan perpaduan fotografi sebagai penguat dalam layout didalam video yang dibuat. Foto yang digunakan adalah fotografi arsitektur yang ada disekitar PT. Integrasi Media Nusantara. Layout yang dibuat tetap tidak merubah yang ada dibagian awal video, masih memakai *shape* berwarna orange namun posisinya dirubah dan dianimasikan untuk perpindahan topik dalam video company profile.

Berbeda dengan scene business focus dimana tidak terdapat *shape* seperti sebelumnya, dikarenakan untuk membedakan bagian business focus dari yang scene yang lain yang bertujuan untuk para penonton fokus pada scene ini.

3. Final Video jenis Produk dan produk overview software & Hardware



Gambar 4.12 Final Video Jenis Produk dan Produk Overview

Software dan Hardware

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Untuk scene pada bagian produk dan produk overview software dan hardware di bedakan dengan bentuk *shape* yang pakai. pada scene jenis produk dibuat point-point dan pada scene produk overview menampilkan gambar/foto dari masing-masing jenis produk tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang telah di dapat penulis dari perancangan company profile PT. Integrasi Media Nusantara melalui video motion graphics adalah :

1. Untuk menentukan konsep dalam merancang sebuah company profile di perlukan riset mendalam, wawancara, dan analisa lapangan agar konsep yang di gunakan tepat untuk suatu perusahaan tersebut.
2. Dalam pembuatan company profile dalam bentuk video motion graphics desainer perlu memperhatikan jeda-jeda durasi agar informasi yang di sampaikan terbaca oleh penonton.
3. Untuk membuat video company profile dengan teknik motion graphics. Desainer membutuhkan sebuah tim dalam pembuatannya. Tim tersebut berfungsi untuk menciptakan ide-ide kreatif agar hasil yang di dapat sangat maksimal.

5.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di PT Integrasi Media Nusantara adalah :

1. Perlunya keterbukaan antara pihak perusahaan dan desainer di karenakan hasil yang di ciptakan oleh desainer adalah asli dan tidak di palsukan atau di lebih-lebihkan.
2. Kerjasama sangat di butuhkan, bertujuan untuk saling membantu dan mempermudah dalam proses pembuatan desain untuk klien.

3. Komunikasi terhadap klien dan tim sangat penting, bertujuan untuk tidak terjadinya miss komunikasi antara klien dan tim. Miss komunikasi dapat berakibat fatal dalam desain yang telah dibuat.
4. Membagi jobdesk pada tim sesuai dengan keahlian masing-masing, hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang sempurna karena bekerja sesuai dengan passion masing-masing.



Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- a) Kansil (2001). “Hukum Perusahaan Indonesia”. PT. Pradnya Paramita, Jakarta
- b) Sri Mulayani (1983). “Psikologi Pendidikan”, IKIP Jakarta press, Jakarta
- c) Desi Susiani (2009). “Profil Fisik Atlet Taekwondo Sleman Proprof DIY. FIK UNY, Yogyakarta.
- d) Hasan Alwi. (2005). “Kamus Besar Bahasa Indonesia“. Balai Pustaka, Jakarta.
- e) Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- f) Murti Sumarni. (1997). “Manajemen Pemasaran Bank”. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- g) suyanto. (2003). “Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing”. Andi. Jakarta.
- h) Sukarno, Iman Satriaputra. (20008). “Perancangan Motion Graphic Ilustratif Mengenai Majapahit untuk Pemuda-Pemudi”. Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB. Bandung.
- i) Wardhani, Rahmi Kesuma. 2014, “Perancangan Video Dokumenter Autisme”.

Sumber Lain :

- a) Ananggadipa Raswanto. (2016) <http://houseofinfographics.com/apa-itu-infografis/> (diakses tanggal 17 november 2016).
- b) Nasib Pakpahan. (2016). <http://blog-definisi.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-dan-jenis-jenis-video.html> (diakses tanggal 16 januari 2016).

