



**PEMBUATAN VISUAL ANIMASI VIDEO COMPANY
PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA SURABAYA
MENGUNAKAN TEKNIK ANIMASI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

DIV Komputer Multimedia

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Oleh:

ADRIAN BIMO PRAKOSO

13.51016.0037

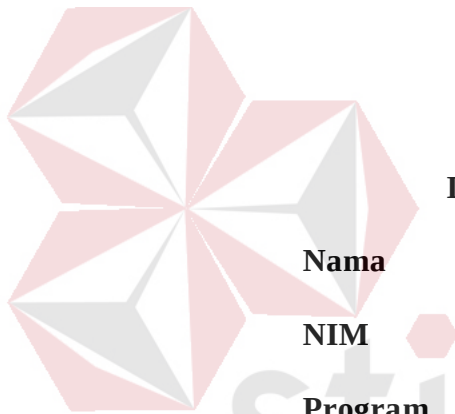
**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2018**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PEMBUATAN VISUAL ANIMASI *VIDEO COMPANY PROFILE* PT. SOLID INTI SEJAHTERA SURABAYA MENGGUNAKAN TEKNIK ANIMASI

Diajukan sebagai syarat untuk menempuh dan menyelesaikan

Mata Kuliah Tugas Akhir



Disusun oleh :

Nama : Adrian Bimo Prakoso

NIM : 13.51016.0037

Program : D4 (Diploma Empat)

Jurusan : Komputer Multimedia

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2018

LEMBAR MOTTO



“Jangan menunda pekerjaan!”

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Saya persembahkan kepada kedua Orang Tua dan Saudara saya tercinta”

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMBUATAN VISUAL ANIMASI VIDEO COMPANY
PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA SURABAYA
MENGUNAKAN TEKNIK ANIMASI**

Laporan Kerja Praktik oleh

ADRIAN BIMO PRAKOSO

NIM : 13.51016.0037

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 08 Januari 2018

Disetujui: **INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**

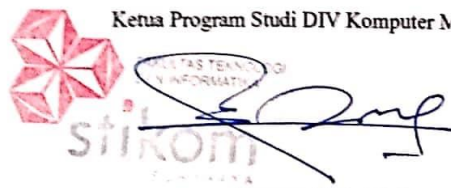
Pembimbing


Yunanto Tri Laksono, M.Pd.
NIDN. 0704068505



Mengetahui,

Ketua Program Studi DIV Komputer Multimedia


Karsam, MA., Ph.D
NIDN. 0705076802

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Adrian Bimo Prakoso
NIM : 13510160037
Program Studi : DIV Komputer Multimedia
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PEMBUATAN VISUAL ANIMASI VIDEO COMPANY
PROFILE PT. SOLID INTI SEJAJITERA SURABAYA
MENGUNAKAN TEKNIK ANIMASI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pangkulan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
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, 08 Januari 2018

Yang menyatakan



Adrian Bimo Prakoso
NIM : 13510160037

ABSTRAK

Perusahaan sangat membutuhkan sebuah media dimana perusahaan tersebut dapat memperkenalkan produk mereka dengan tujuan untuk mendekati segmen pasar yang penting dalam pertumbuhan bisnis suatu perusahaan. Media yang efektif sebagai sarana untuk memperkenalkan suatu perusahaan dapat berupa visual seperti video *company profile*.

Video *Company Profile* yang dibuat adalah pembuatan video dengan *adobe after effect* dan *adobe premier* dengan format video menggabungkan *image*, *font* dan video. Penggunaan *adobe after effect* pada pembuatan video mempunyai beberapa keuntungan yaitu dapat mempermudah dan mempercepat proses pembuatan animasi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan penggunaan *adobe premier* pada pembuatan video mempunyai beberapa keuntungan yaitu seperti mempermudah memasukan audio dan mengontrol transisi video .

Dengan dibuatnya video *company profile* ini diharapkan dapat mempercepat kinerja dalam bekerja dan memberikan media promosi pada PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya

Kata kunci: Perusahaan, Media, Visual, *Company Profile*, *Adobe After Effect*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Kerja Praktik dengan judul **PEMBUATAN VISUAL ANIMASI VIDEO COMPANY PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA SURABAYA MENGGUNAKAN TEKNIK ANIMASI**. Dalam laporan Kerja Praktik ini, penulis menyusun berdasarkan data-data yang diperoleh selama proses penelitian serta berdasarkan pengamatan yang dikerjakan dalam tahap kurang lebih 1 bulan. Dengan waktu yang relatif singkat, penulis menyadari bahwa masih perlu meningkatkan kemampuan terutama dalam dunia kerja nanti.

Dalam pelaksanaan Kerja Praktik ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa.
2. Orang Tua serta saudara yang senantiasa mendoakan dan mendukung selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
3. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku ketua Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
4. Bpk. Karsam MA., Ph.D. selaku Ketua Program Studi DIV Komputer Multimedia.
5. Bpk. Yunanto Tri Laksono, M.Pd. selaku dosen pembimbing Kerja Praktik.

6. PT. Solid Inti Sejahtera, Bpk. Sugeng Harijanto selaku Pembimbing yang bersedia memberikan tempat bagi penulis untuk melakukan Kerja Praktik.
7. Kepada semua tim PT. Solid Inti Sejahtera.
8. Partner kerja Noza Putra Pratama dan Devid Putra Valentine.
9. Teman-teman di Prodi DIV Komputer Multimedia angkatan 2013, yang telah mendukung penuh dan memberikan masukan.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan memberi motivasi, inspirasi serta memberikan kemudahan dalam proses pembuatan karya Kerja Praktik ini.
11. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini penulis mohon kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik.

Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Jurusan DIV Komputer Multimedia Stikom Surabaya.

Surabaya, 08 Januari 2018

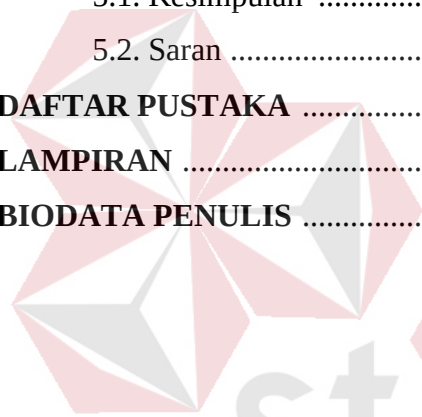
Penulis

Adrian Bimo Prakoso

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan	3
1.5. Manfaat	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1. Profil PT. Solid Inti Sejahtera	5
2.2. Struktur Perusahaan	5
2.3. Visi & Misi Perusahaan	6
2.4. Budaya Kerja.....	6
2.5. Layanan Jasa PT. Medixsoft	7
2.6. Logo PT. Solid Inti Sejahtera.....	7
2.7. Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera.....	8
2.8. Lokasi Ruang Kerja PT. Solid Inti Sejahtera.....	9
BAB III TINJUAN PUSTAKA	11
3.1. Pengertian <i>Video</i>	11
3.2. <i>Company Profile</i>	12
3.3. Teori Komunikasi.....	14
3.4. Objek Multimedia	15
3.5. Pengertian Editing.....	16
3.6. Pengertian Promosi	17

BAB IV DESKRIPSI PERKEJAAN	18
4.1. Metode Kerja Praktik.....	18
4.1.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik	18
4.1.2. Acuan Kerja Praktik	20
4.2. Implementasi Karya	21
4.2.1. Kegiatan Selama Kerja Praktik	22
4.2.2. Hasil Karya Kerja Praktik	31
BAB V PENUTUP	34
5.1. Kesimpulan	34
5.2. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37
BIODATA PENULIS	44



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi pada PT. Solid Inti Sejahtera.....	5
Gambar 2.2 Logo PT.Solid Inti Sejahtera.....	7
Gambar 2.3 Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera	8
Gambar 2.4 Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera	9
Gambar 2.5 Foto Ruang Kerja	9
Gambar 2.6 Foto Ruang Kerja	10
Gambar 4.1. Penjelasan SOP dari bapak Sugeng Harijanto.....	22
Gambar 4.2. Perkenalan staf-staf PT Solid Inti Sejahtera.....	23
Gambar 4.3. Storyboard Video <i>company profile</i>	24
Gambar 4.4. Storyboard Video <i>company profile</i>	24
Gambar 4.5. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	25
Gambar 4.6. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	26
Gambar 4.7. Lokasi pengambilan bahan <i>video company profile</i>	27
Gambar 4.8. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	28
Gambar 4.9. Proses Editing Animasi Pembuka <i>video company profile</i> ...	29
Gambar 4.10. <i>Editing video company profile</i>	30
Gambar 4.11. <i>Intro judul video Company Profile</i>	31
Gambar 4.12. <i>Scene penjelasan Visi dan Misi Persahaan</i>	32
Gambar 4.13. <i>Scene yang berada di video Company</i>	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Surat Penerimaan Kerja Praktik	38
LAMPIRAN 2 Acuan Kerja (Halaman 1)	39
LAMPIRAN 3 Acuan Kerja (Halaman 2)	40
LAMPIRAN 4 Log Harian dan Perubahan Acuan Kerja	41
LAMPIRAN 5 Kehadiran Kerja Praktek	42
LAMPIRAN 6 Kartu Pembimbing	43



BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I, pendahuluan ini akan dijabarkan perihal bagian-bagian dasar yang melandasi dibuatnya Laporan Kerja Praktik, termasuk di dalamnya adalah tentang Pembuatan Visual Animasi Video *Company Profile* PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya yang menjadi permasalahan dan topik utama dalam Laporan Kerja Praktik ini.

1.1 Latar Belakang

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah melatih kemampuan dan mengimplementasikan secara langsung ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam dunia kerja di sebuah perusahaan yaitu PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya. Dalam perusahaan ini, penulis menerapkan materi tentang video *company profile*, hal ini dilatar belakangi oleh perusahaan tersebut belum mempunyai video *company profile* yang berfungsi untuk mempromosikan perusahaan kepada publik.

Menurut Rachmat Kriyantono dalam Arsyad (2006: 36) *company profile* produk tulisan praktisi 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.

Untuk itulah mahasiswa diberikan mata kuliah kerja praktik agar mendapatkan persiapan awal sebelum terjun ke dunia kerja nantinya. Kegiatan kerja praktik ini juga sangat berguna untuk mengembangkan potensi mahasiswa dengan menerapkan keilmuan Komputer Multimedia yang berfokus pada desain dan animasi yang telah diperoleh sebelumnya pada proses perkuliahan yang sudah diajarkan, juga menambah relasi serta jaringan pada dunia kerja.

Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya program studi DIV Komputer Multimedia diharapkan memiliki ilmu yang telah didapatkan serta di implementasikan nantinya. Oleh karena itu, penulis memilih untuk melaksanakan kerja praktik di sebuah perusahaan yang bernama PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya.

PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya adalah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri *Outsourcing*, khususnya *Cleaning Service* dan *Security*, berkantor pusat di Jl. Jagir Wonokromo Blok B5-10 No.100, Surabaya, Indonesia. Dan sudah berkerjasama dengan ratusan perusahaan di Indonesia. Sampai saat ini PT. Solid Inti Sejahtera tidak memiliki video *Company Profile* untuk memperkenalkan perusahaan tersebut kepada publik. Oleh karena itu dibuatlah video animasi tentang *company profile* PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep pembuatan *company profile* di PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya?
2. Bagaimana cara mempromosikan *video company profile* yang baik dan bisa diterima oleh perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan *video company profile* PT Solid Inti Sejahtera.
2. *Video company profile* berdurasi minimal 5 menit.

1.4 Tujuan

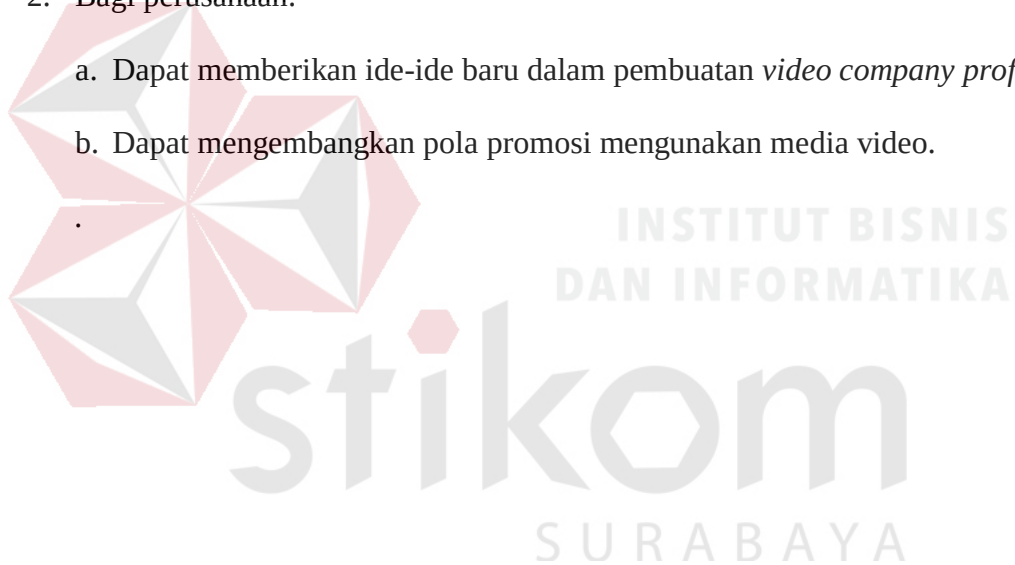
Setelah mengetahui rumusan masalah, maka tujuan pun dapat ditemukan Tujuan yang ingin dicapai melalui Kerja Praktik ini antara lain:

1. Menghasilkan *Video company profile*.
2. Mengembangkan *Video company profile*.
3. Mengaplikasikan materi yang telah diberikan dari mata kuliah di program studi DIV komputer multimedia.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Bagi penulisan:
 - a. Mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.
 - b. Sebagai sarana mahasiswa untuk memahami dan mengembangkan tentang pembuatan video berbentuk *company profile*.
2. Bagi perusahaan:
 - a. Dapat memberikan ide-ide baru dalam pembuatan *video company profile*
 - b. Dapat mengembangkan pola promosi menggunakan media video.



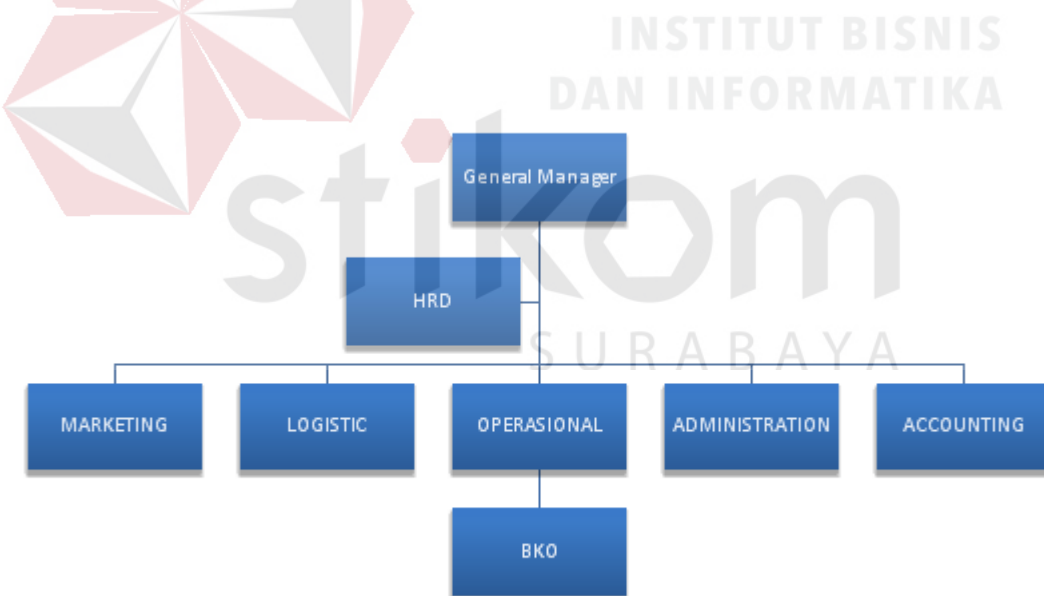
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT. Solid Inti Sejahtera

PT. Solid Inti Sejahtera perusahaan yang bergerak dibidang *outsourcing* yang berfokus di bidang kebersihan dan jasa pekerja yang berdiri sejak tahun 2010, lokasi kantor terletak di Komplek Mangga Dua Center, Jalan. Jagir Wonokromo Blok B5-10 No.100, Surabaya, Indonesia. Dan sudah kerja sama dengan ratusan perusahaan di Indonesia.

2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi pada PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

Dari penjabaran gambar 2.1 Jabatan *General Manager* merupakan jabatan yang diberikan untuk mengawasi jalannya perusahaan yang meliputi diantaranya yaitu HRD (*Human Resources Departemen*), *Marketing*, *Logistic*, Operasional, *Administration*, *Accounting*, dan BKO (*Backup Operasional*).

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT. Solid Inti Sejahtera:

PT. Solid Inti Sejahtera memiliki visi sebagai berikut:

- a. Memberikan layanan ke seluruh pengguna jasa dengan profesional dan komitmen tinggi
 - b. Menerapkan sistem manajemen yang handal, sehingga dapat memberikan layanan yang bermutu tinggi, harga yang kompetitif, serta melayani dengan tepat waktu.
- #### 2. Misi Perusahaan PT. Solid Inti Sejahtera

Menjadi perusahaan jasa kebersihan dan penyedia jasa pekerja yang unggul serta didukung oleh sumber daya manusia yang berkopetensin tinggi di bidangnya.

2.4 Budaya Kerja

PT. Solid Inti Sejahtera menanamkan pola kerja kepada karyawan-karyawan sebagai berikut:

1. Integritas: Menjunjung kode etik, disiplin, dan kejujuran.
2. Hormat: Melayani setiap orang dengan senyum yang ramah, menghargai keragaman budaya, mengapresiasi perbedaan pendapat, menghormati perbedaan keyakinan antar relasi di lingkungan kerja.
3. *Teamwork*: Menjunjung tinggi kerja sama tim untuk mencapai tujuan bersama.

2.5 Layanan Jasa PT. Solid Inti Sejahtera

Layanan Jasa PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya meliputi diantara lainnya:

1. *Cleaning Service*
2. *Security*
3. Kurir
4. Teknisi
5. *Gardening*

6. Supir

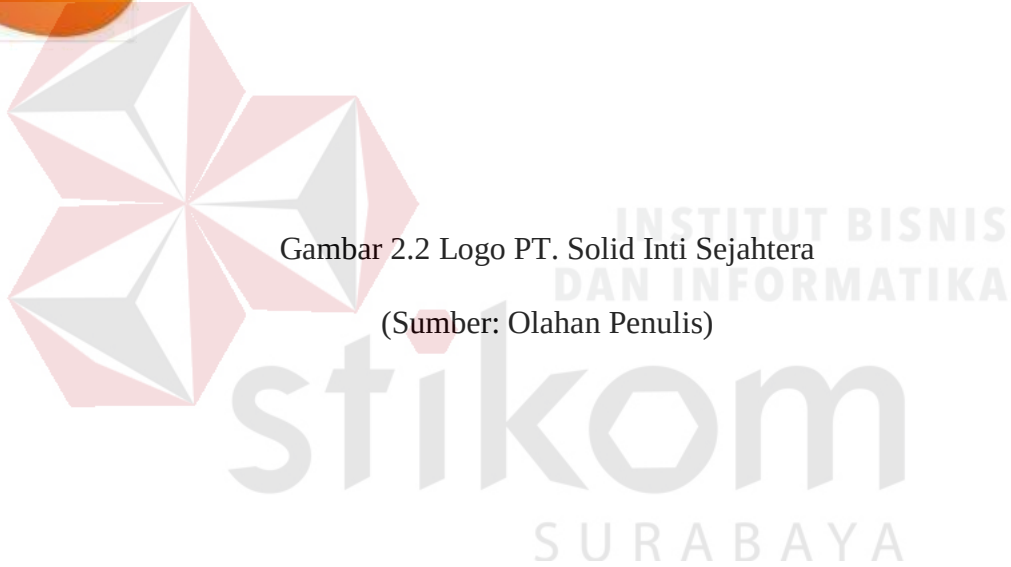
7. Administrasi

2.6 Logo PT. Solid Inti Sejahtera

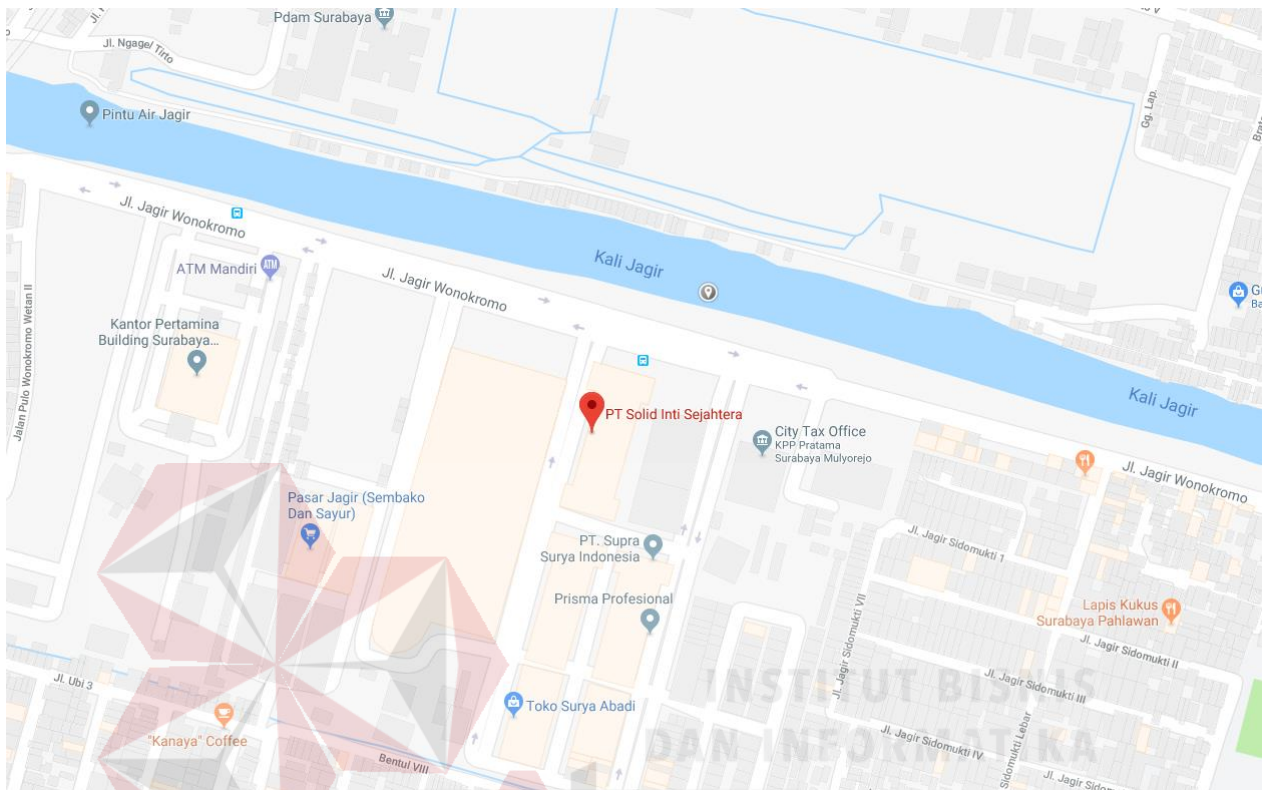


Gambar 2.2 Logo PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)



2.7 Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera



Gambar 2.3 Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 2.4 Lokasi PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

2.8 Lokasi Ruang Kerja PT. Solid Inti Sejahtera



Gambar 2.5 Lokasi Ruang Kerja PT. Solid Inti Sejahtera

(Olahan Penulis)



Gambar 2.6 Lokasi Ruang Kerja PT. Solid Inti Sejahtera

(Olahan Penulis)

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab III, Tinjauan Pustaka, penulis akan menerangkan tentang penjelasan-penjelasan mendetail beserta sumber-sumber teoritis yang berkaitan dengan Pengerjaan video *company profile* tersebut .

3.1 Pengertian Video

Menurut *Christian, Joe, Mark, Cornie, dan Alan McCan* dalam bukunya *Revolutionary Premiere 6 D. Vision (2002:25)* video adalah teknologi pengirimansinyal elektronik dari suatu sumber gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi. Berikut ini adalah jenis-jenis video diantaranya:

1. Video pembelajaran

Video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pengetahuan untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran.

2. Video Promosi

Video promosi adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi penjelasan suatu produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya

3. Video Dokumenter

Video dokumenter adalah video yang mendokumentasikan suatu kenyataan dan fakta yang di pergunakan untuk merepresentasikan kenyataan dan menampilkan kembali fakta yang ada dalam kehidupan.

3.2 *Company Profile*

Company profile (Rachmat Kriyantono, 2008) adalah produk tulisan yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih 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.

Fungsi *Company Profile* yaitu sebagai berikut:

1. Representasi perusahaan. *Company profile* merupakan gambaran tentang perusahaan . bisa juga dianggap mewakili perusahaan sehingga publik tidak usah bersusah payah mencari informasi tentang perusahaan.
2. Bisa digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*.
3. Menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan dan sebagainya.

4. Membangun identitas dan citra korporat. *Company profile* yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata publik sebagai perusahaan yang besar dan bonafit.

Banyak hal yang bisa ditulis dalam *company profile*. Tetapi, secara umum isi company profile mencakup:

1. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan, dan lain-lain.
2. Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan
3. Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya.
4. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
5. Identitas perusahaan, termasuk disini logo, uniform, interior gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas audiovisualnya
6. Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan.
7. Alamat cabang-cabang. Semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukan jalur distribusi yang merata.
8. Gambaran tentang sumber daya manusia, ceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan,

9. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan ketat dewasa ini, pelayanan pelanggan memegang kunci strategis.
10. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat.
11. Laporan perkembangan perusahaan (annual report), termasuk informasi keuangan perusahaan.
12. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan.
13. Program pengembangan dimasa mendatang

3.3 Teori Komunikasi

Menurut Binanto Iwan dalam bukunya yang berjudul *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta (2010:22) komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi tentang pembuatan multimedia interaktif. Program tersebut diharapkan mampu menyampaikan pesan yang dapat dipahami oleh pengguna. Ada beberapa pendekatan yang dapat dilaksanakan menuju komunikasi yang efektif dan tepat:

1. Emosional, umumnya menggunakan komunikasi yang bersifat mengajak, yang bertujuan untuk menarik perhatian dan minat *audience*. Seperti bagaimana menggerakkan *audience* untuk mengikuti gerakan yang efektif dan tepat dengan menggunakan multimedia interaktif.
2. Artistik, Pesan yang disampaikan haruslah mempunyai gaya desain yang sesuai dengan target *audience*.
3. Rasional, harus biasa meyakinkan target sasaran berlandaskan fakta yang ada.

4. Kreatif dan fakta yang disampaikan telah diolah sehingga dapat menghasilkan pesa yang tepat, efektif, dan komunikatif.

3.4 Objek Multimedia

Berdasarkan kata multimedia, dapat dirumuskan bahwa multimedia adalah penyantuan dari beberapa media menjadi satu. Media tersebut dapat didefinisikan sebagai objek-objek pembentuk suatu multimedia. Menurut Ariesto Hadi Sutopo didalam bukunya, *Multimedia Interaktif dengan Flash* (2003: 8). Objek-objek pembentuk multimedia itu antara lain:

1. Teks

Hampir semua orang yang dapat menggunakan komputer sudah terbiasa dengan teks. Teks merupakan dasar dari pengolahan kata dan informasi berbasis multimedia.

2. Image

Secara umum image atau grafik berarti *still image* seperti foto dan gambar. Manusia sangat beroroentasi pada visual, dan gambar merupakan sarana yang sangat baik untuk menyajikan informasi.

3. Animasi

Animasi berarti gerakan *image* atau video, seperti gerakan orang yang sedang melakukan kegiatan dan lain-lain. Konsep dari animasi adalah menggambarkan atau menyajikan informasi dengan sautu gambar saja atau sekumpulan gambar. Demikian juga tidak dapat menggunakan teks untuk menerangkan informasi.

4. *Full motion* dan *live video*

Full motion adalah video yang berhubungan dengan penyimpanan sebagai video clip, sedangkan *live video* merupakan hasil pemrosesan diperoleh dari kamera.

3.5 Pengertian *Editing*

Menurut situs www.plimbi.com diakses pada tanggal 28 November 2017, *Editing* dalam bahasa Indonesia adalah serapan dari Inggris. Sedangkan *Editing* berasal dari bahasa Latin *editus* yang artinya ‘menyajikan kembali’. *Editing* dalam bahasa Indonesia bersinonim dengan kata *editing*. Dalam bidang audio-visual, termasuk film, editing adalah usaha merapikan dan membuat sebuah tayangan film menjadi lebih berguna dan bagus dilihat. Tentunya editing film ini dapat dilakukan jika bahan dasarnya berupa *shot* dan unsur pendukung seperti *voice*, *sound effect*, dan musik sudah mencukupi. Selain itu, dalam kegiatan *editing* seorang editor harus betul-betul mampu merekonstruksi (menata ulang) potongan-potongan gambar yang diambil oleh juru kamera.

Leo Nardi aktor *stand-up* komedi dan aktor berpendapat editing film adalah merencanakan dan memilih serta menyusun kembali potongan gambar yang diambil oleh juru kamera untuk disiarkan kepada masyarakat (Nardi, 1977: 47). Pertunjukan film di bioskop ataupun televisi di rumah-rumah apabila belum melalui proses editing bisa dipastikan hasilnya tidak maksimal, penonton cenderung merasa bosan dan jenuh. Padahal, tayangan film ataupun video begitu ekonomis. Artinya, penayangannya sangat bergantung pada aspek waktu. Waktu begitu mahal dan menentukan dalam proses penayangan film. Jika sebuah tayangan berdurasi 60 menit, itu artinya selama waktu itu pencipta film harus

menjamin tidak membuat penonton bosan apalagi meninggalkan bioskop, atau kalau di televisi memindahkan saluran. Begitu berartinya sebuah hasil *editing* sampai ada pengamat film yang menyatakan bahwa ruh tayangan film adalah proses *editing*.

3.6 Pengertian Promosi

Menurut Louise E. Boone dalam bukunya yang berjudul *Principles of Marketing* (2006 : 30) promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian, menciptakan dan menumbuhkan keinginan, serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Tujuan promosi mengakibatkan keinginan para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu, harus di usahakan bagi mana mempengaruhi berfikir konsumen akhir meyakinkan pembeli. Sedangkan kata promosi harus baik dan menarik, sehingga memberi kesan bahwa pembeli tidak menghendaki produk yang lain selain dari barang yang ditawarkan kepadanya.

BAB V

PENUTUP

Dalam Bab V, pembelajaran Laporan Kerja Praktik ini bisa diselesaikan dan ditutup dengan pengambilan kesimpulan serta saran-saran yang didapat dari evaluasi pribadi.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Implementasi di atas maka akan disimpulkan hasil dari pengerjaan yang telah dikerjakan:

1. Dalam membuat video *company profile* yang komunikatif perlu memperhatikan beberapa poin seperti penjelasan yang *detail*, informasi singkat namun dapat mewakili perusahaan, tampilan konsisten, dan durasi tidak terlalu panjang.
2. Memperoleh ilmu yang didapatkan dari PT. Solid Inti Sejahtera bagaimana cara membuat video *company profile*.
3. Mempelajari situasi dan kondisi sebuah perusahaan termasuk etika yang diterapkan.
4. Mengetahui bahwa banyak industri kecil menengah yang ada di Indonesia.
5. Mendapat berbagai pengalaman dalam hal komunikasi dengan pihak perusahaan dalam pembuatan video *company profile* guna mendapatkan video yang sesuai dengan harapan pihak perusahaan.
6. Dibutuhkan pematangan konsep terlebih dahulu sebelum pengerjaan dimulai.

7. Penentuan resolusi yang digunakan dalam animasi video perlu ditentukan terlebih dahulu sebelum proses pengerjaan untuk mengurangi resiko gambar pecah.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang akan disampaikan selama dalam pengerjaan Kerja Praktik ini yaitu:

1. Dalam kegiatan pembuatan video *company profile* ini, perlu adanya spesifikasi komputer yang tinggi guna mempercepat proses *rendering* dan mempermudah dalam proses produksi.
2. Sebaiknya sering melakukan komunikasi dengan pihak perusahaan untuk mengurangi resiko revisi karya.
3. Memperbanyak *reference* tentang berbagai macam video *company profile* sebelum konsep dibuat agar hasil karya dapat maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers.

Chirtion. 2002. *Revohutionary Premiere 6 D.Vision*. Jakarta: Grasindo.

Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta

Cheppy, Riyana. 2007. *Pembelajaran Media Audio Visual dalam Video*. Jakarta: Grasindo.

Iwan, Binanto. 2010. *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ferguson. 2010. *What Can I Do Now? Animation*. New York: Infobase Publishing.

Joseph, V. Mascelli. 1998. *Film-film Cerita Continuity and Compilation* . Jakarta: Grasindo

Kesrul. 2004. *Pengertian Meeting dalam MICE Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Jakarta: Gresindo

Ivan. 2002. *Macromedia Flash 4*. Yogyakarta: Andi.

Nardi. 1977. *Pengertian Editing Film*. Jakarta: Grasindo.

Peters, J.M. 1980. *Editing Film. Dalam sound effect* Yogyakarta: Andi.

Griffith, D.W. 1972. *Pengertian Editing dalam Selection of shot*. Jakarta: Grasindo

Sungkono. 2003. *Media Video Pembelajaran Audio Visual Aids*. Yogyakarta: Andi.

Suyanto. 2004. *Pengertian Animasi Secara Umum*. Jakarta: Grasindo.

Sutopo, Ariesto Hadi. 2003. *Multimedia Interaktif dengan Flash*. Jakarta:Grasindo.

Sumber Internet:

Ikhsan. 2016. *Pengertian Editing*. <http://www.plimbi.com/artikel/166563/info-seputaran-editing-video>. (diakses pada 30 September 2016).

