



**PEMBUATAN AUDIO DAN NARASI VIDEO *COMPANY*
PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA**



LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi

Oleh:

NOZA PUTRA PRATAMA

13510160011

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PEMBUATAN AUDIO DAN NARASI VIDEO *COMPANY PROFILE* PT. SOLID INTI SEJAHTERA

Diajukan sebagai syarat untuk menempuh dan menyelesaikan

Mata Kuliah Tugas Akhir



Disusun oleh :

Nama : Noza Putra Pratama

NIM : 13510160011

Program : D4 (Diploma Empat)

Jurusan : Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

LEMBAR MOTTO



“Jalan yang kamu jalani dan kamu yakini, bukanlah jalan yang salah.”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



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

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMBUATAN AUDIO DAN NARASI VIDEO
COMPANY PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA**

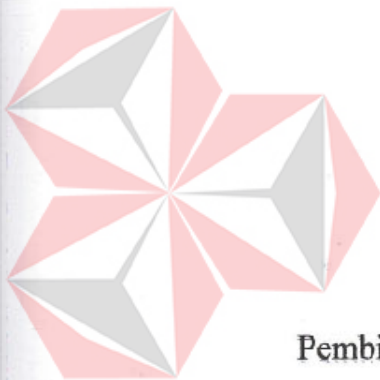
Laporan Kerja Praktik oleh
NOZA PUTRA PRATAMA

NIM : 13.51016.0011

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 03 Januari 2018

Disetujui:



Pembimbing

Yunanto Tri Laksono, M.Pd.
NIDN. 0704068505

Penyelia

Sugeng Hariyanto

Mengetahui,

Ketua Program Studi DIV Komputer Multimedia



FAKULTAS TEKNOLOGI
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Karsam, MA., Ph.D
NIDN. 0705076802

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

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika, saya :

Nama : Noza Putra Pratama
NIM : 13510160011
Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PEMBUATAN AUDIO DAN NARASI VIDEO COMPANY
PROFILE PT. SOLID INTI SEJAHTERA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika 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 pangkalan 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 keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 September 2020

Yang menyatakan



Noza Putra Pratama
NIM : 13510160011

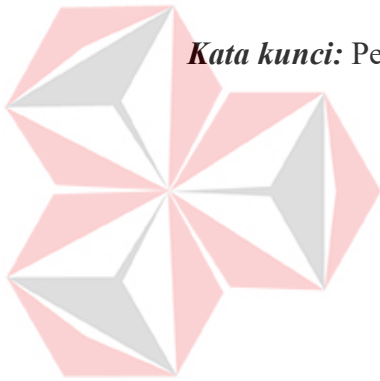
ABSTRAK

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 audio dengan *Audacity* dan *FL Studio*. Penggunaan *Audacity* pada pembuatan audio mempunyai beberapa keuntungan yaitu dapat mempermudah dan mempercepat proses perekaman suara untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan penggunaan *FL Studio* mempunyai beberapa keuntungan yaitu seperti mempermudah *composing* audio.

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*, *Audacity*, *FL Studio*.



UNIVERSITAS
Dinamika

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 AUDIO DAN NARASI VIDEO *COMPANY PROFILE* PT. SOLID INTI SEJAHTERA**. 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 Universitas Dinamika 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 Adrian Bimo Prakoso 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

UNIVERSITAS
Dinamika
Surabaya, 03 Januari 2018

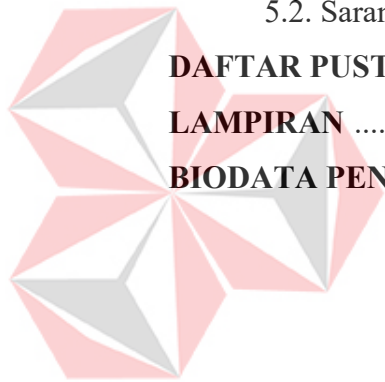
Penulis

Noza Putra Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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. Pengertian <i>Audio</i>	12
3.3. <i>Company Profile</i>	13
3.4. Teori Komunikasi.....	15
3.5. Objek Multimedia	16
3.6. Pengertian Editing.....	17

3.7. Pengertian Promosi	18
BAB IV DESKRIPSI PERKEJAAN	19
4.1. Metode Kerja Praktik.....	19
4.1.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik	19
4.1.2. Acuan Kerja Praktik	21
4.2. Implementasi Karya	22
4.2.1. Kegiatan Selama Kerja Praktik	23
4.2.2. Hasil Karya Kerja Praktik	32
BAB V PENUTUP	34
5.1. Kesimpulan	34
5.2. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37
BIODATA PENULIS	44



UNIVERSITAS
Dinamika

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.....	23
Gambar 4.2. Perkenalan staf-staf PT Solid Inti Sejahtera.....	24
Gambar 4.3. Storyboard Video <i>company profile</i>	25
Gambar 4.4. Storyboard Video <i>company profile</i>	25
Gambar 4.5. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	26
Gambar 4.6. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	27
Gambar 4.7. Lokasi pengambilan bahan <i>video company profile</i>	28
Gambar 4.8. Pengambilan bahan video <i>company profile</i>	29
Gambar 4.9. Narasi video <i>company profile</i>	30
Gambar 4.10. <i>Editing</i> audio <i>company profile</i>	31
Gambar 4.11. Skrip narasi video <i>Company Profile</i>	32

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



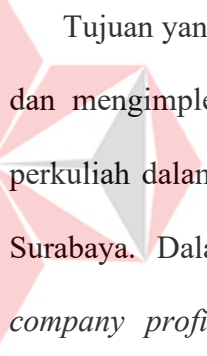
UNIVERSITAS
Dinamika

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 Universitas Dinamika Surabaya program studi DIV Produksi Film dan Televisi 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

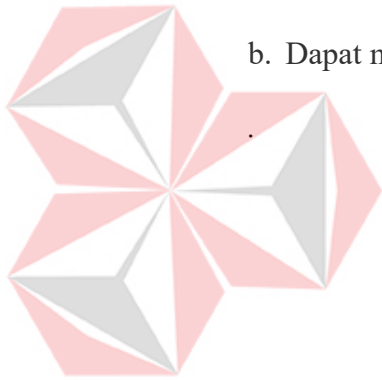
Setelah mengetahui rumusan masalah, maka tujuan pun dapat ditemukan Tujuan yang ingin dicapai melalui Kerja Praktik ini antara lain:

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

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.



UNIVERSITAS
Dinamika

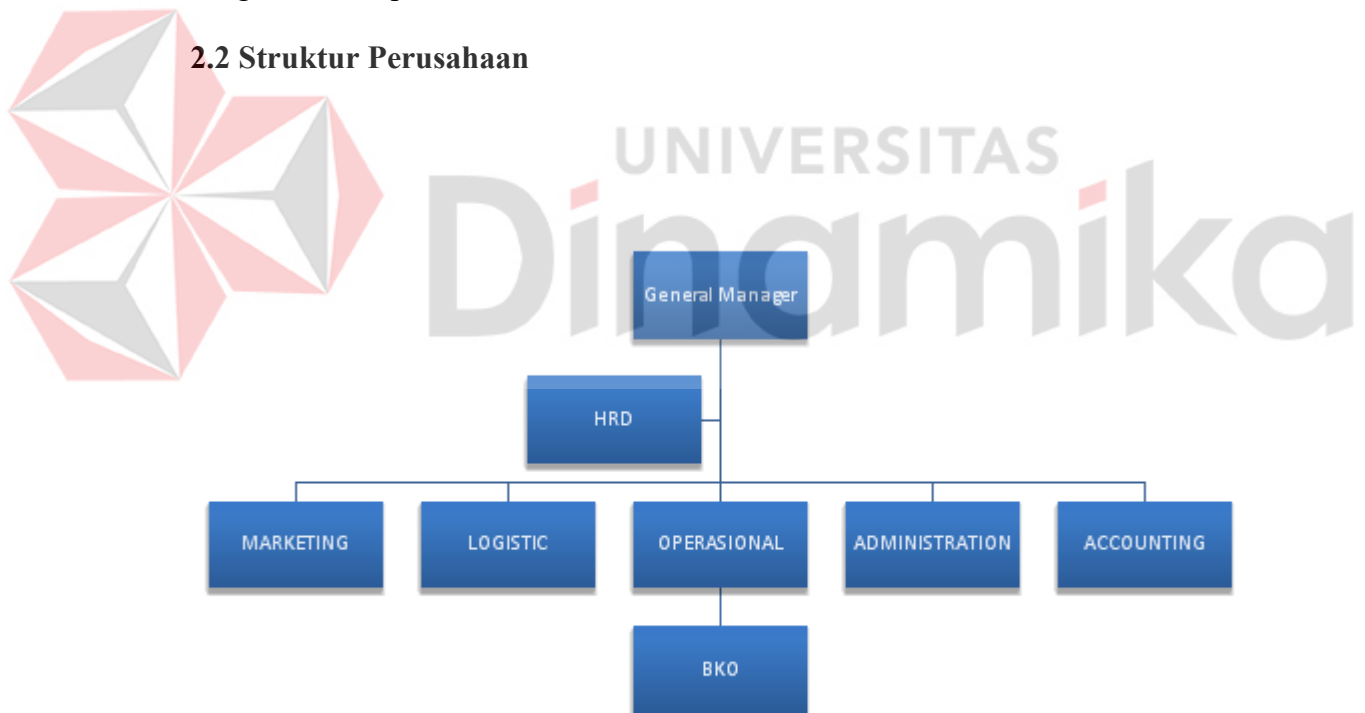
BAB II

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 berkompentensin 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



UNIVERSITAS
Dinamika
PT. SOLID INTI SEJAHTERA

2.6 Logo PT. Solid Inti Sejahtera

Gambar 2.2 Logo PT. Solid Inti Sejahtera

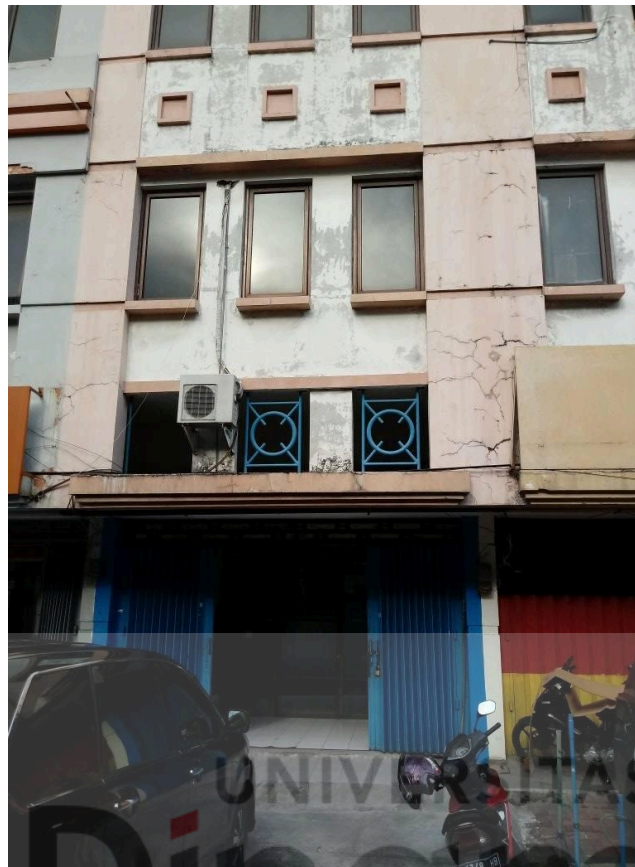
(Sumber: Olahan Penulis)

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)



UNIVERSITAS
Dinamika

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 Pengertian Audio

Audio (media dengar) adalah media yang isi pesannya hanya diterima melalui indera pendengaran. Dengan kata lain, media audio berkaitan dengan indera pendengaran. Pesan yang disampaikan melalui media audio berupa lambang-lambang auditif (hanya dapat didengar) baik verbal maupun nonverbal. Pesan atau informasi yang disampaikan dituangkan ke dalam lambang-lambang auditif yang berupa kata-kata, musik, dan sound effect. Media audio diartikan sebagai media yang mengandung pesan dalam bentuk auditif yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan untuk mempelajari isi tema.

Audio menurut Sadiman (2005: 49) adalah media untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dalam bentuk lambing-lambang auditif, baik verbal (ke dalam kata-kata atau Bahasa lisan) maupun nonverbal.

Sedangkan menurut Sudjana dan Rivai (2003: 129) Media Audio untuk pengajaran adalah bahan yang mengandung pesan dalam bentuk auditif (pita suara atau piringan suara), yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemauan siswa sehingga terjadi proses belajar-mengajar.

3.3 *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

3.4 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 pesan yang tepat, efektif, dan komunikatif.

3.5 Objek Multimedia

Berdasarkan kata multimedia, dapat dirumuskan bahwa multimedia adalah penyantunan 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 berorientasi pada visual, dan gambar merupakan sarana yang sangat baik untuk menyajikan informasi.

3. Audio

Penyajian audio atau suara merupakan cara lain untuk lebih memperjelas pengertian suatu informasi. Contohnya, narasi merupakan kelengkapan dari penjelasan yang dilihat melalui video. Suara dapat lebih menjelaskan karakteristik suatu gambar, misalnya efek suara (*sound effect*).

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.

3.6 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 actor *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*.

3.7 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 diusahakan bagaimana 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 IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada Bab IV ini dibahas mengenai metode Kerja Praktik dan implementasi karya. Metode Kerja Praktik meliputi prosedur pelaksanaan Kerja Praktik dan acuan Kerja Praktik, sedangkan implementasi karya meliputi kegiatan selama Kerja Praktik dan hasil karya yang telah dibuat selama melakukan Kerja Praktik di PT. Solid Inti Sejahtera Surabaya.

4.1 Metode Kerja Praktik

Metode Kerja Praktik meliputi prosedur pelaksanaan Kerja Praktik dan acuan Kerja Praktik sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh Universitas Dinamika Surabaya.

4.1.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik

Prosedur dalam pelaksanaan Kerja Praktik adalah sesuai dengan prosedur pelaksanaan Kerja Praktik yang ditetapkan oleh Universitas Dinamika Surabaya, yaitu dengan beberapa tahapan-tahapan penting yang harus dilalui sebagai berikut:

1. Survey Lapangan atau Observasi

Kegiatan ini ditujukan untuk mengamati proses pembuatan produksi multimedia.

2. Studi Pustaka

Dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang sesuai dengan permasalahan dan dapat menjadi referensi untuk pelaksanaan rencana penggambaran sistem.

3. Analisa Permasalahan

Penganalisaan permasalahan ditujukan untuk menetapkan kebutuhan *client* atau kebutuhan instalasi dan menentukan bagaimana solusi terbaik yang akan diterapkan dalam instalasi.

4. Pembuatan Produk Multimedia

Pada pembuatan produk sendiri terdapat beberapa tahapan antara lain:

a. Pendahuluan

Identifikasi permasalahan yang ada, evaluasi, alternatif, solusi, dan prioritas pengembangan.

b. Tahap Analisa Ruang Lingkup Permasalahan

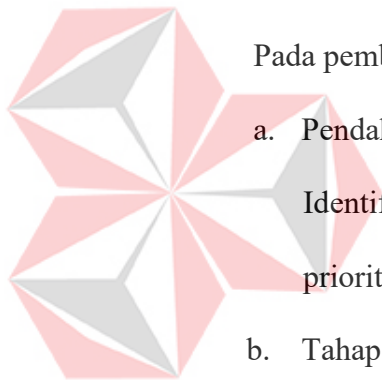
Ruang lingkup dan sasaran yang akan dikembangkan, identifikasi area permasalahan yang lebih terinci, evaluasi, perumusan, dan penyusunan untuk menunjang perancangan desain.

c. Tahap Analisa Kebutuhan Pengguna

Mendefinisikan kebutuhan fungsional dan non-fungsional untuk menunjang informasi yang akurat.

d. Tahap Spesifikasi Media

Dilakukan untuk melakukan spesifikasi fungsional, konfigurasi *hardware* atau *software* yang *support* dengan komputer *client*.



e. Revisi Produk

Melakukan perbaikan dan pemantauan untuk menghasilkan produk yang sesuai target.

f. Pembuatan Laporan

Semua dokumentasi dalam pembuatan produk multimedia tersebut sebagai hasil dari proyek disusun dalam sebuah laporan.

4.1.2 Acuan Kerja Praktik

Acuan Kerja Praktik yang harus dilalui sebelum melaksanakan Kerja Praktik adalah sebagai berikut:

1. Pra Kerja Praktik

a. Sebelum melaksanakan Kerja Praktik wajib mengisi *form* acuan kerja yang terdiri dari dua halaman yang merupakan “kontrak kerja” antara mahasiswa dengan perusahaan dimana anda melaksanakan Kerja Praktik dan dosen pembimbing Kerja Praktik.

b. Pengisian *form* acuan kerja harus lengkap beserta tanda tangan pihak terkait.

c. *Form* acuan kerja yang terisi lengkap diperbanyak oleh mahasiswa sebanyak dua kali dengan ukuran A4.

1) *Copy* 1: Diserahkan kepada perusahaan.

2) *Copy* 2: Diserahkan kepada PPKP.

3) Asli: Dilampirkan saat pembuatan buku laporan Kerja Praktik.

2. Kerja Praktik

a. Melaksanakan Kerja Praktik sesuai jangka waktu yang ditetapkan.

b. Melakukan bimbingan ke dosen pembimbing.

3. Pasca Kerja Praktik

a. Mengambil form nilai Kerja Praktik untuk perusahaan.

b. Mahasiswa melakukan demo ke pihak perusahaan terlebih dahulu kemudian ke dosen pembimbing.

c. Setelah demo ke perusahaan, mahasiswa menyerahkan form nilai dari perusahaan secara lengkap ke bagian PPKP untuk ditukar dengan form nilai Kerja Praktik untuk dosen pembimbing.

d. Melakukan demo ke dosen pembimbing kemudian menyerahkan form nilai dari dosen pembimbing ke bagian PPKP.

e. Mahasiswa membuat buku laporan Kerja Praktik dengan bimbingan dosen pembimbing Kerja Praktik.

f. Merevisi laporan jika ada yang perlu dibenahi.

g. Buku laporan Kerja Praktik dan CD diserahkan ke bagian PPKP atau perpustakaan.

h. Kerja Praktik berakhir, mahasiswa tinggal menunggu hasil nilainya.

4.2 Implementasi Karya

Implementasi karya meliputi kegiatan selama Kerja Praktik dan hasil karya yang telah dibuat selama melakukan Kerja Praktik di PT. Solid Inti Sejahtera.

4.2.1 Kegiatan Selama Kerja Praktik

1. Hari Ke-1

Hari pertama bekerja di PT. Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan orientasi, yaitu pengenalan terhadap para staff di kantor kemudian pengenalan pekerjaan yang akan dilakukan selama Kerja Praktik.

Pada hari pertama juga dilakukan pelatihan serdehana tentang SOP (Standart Operasional Pelaksana) kepada penulis yang bertujuan untuk keselamatan dan keamanan ketika berada di lokasi.



Gambar 4.1. Penjelasan SOP dari bapak Sugeng Harijanto PT Solid Inti

Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

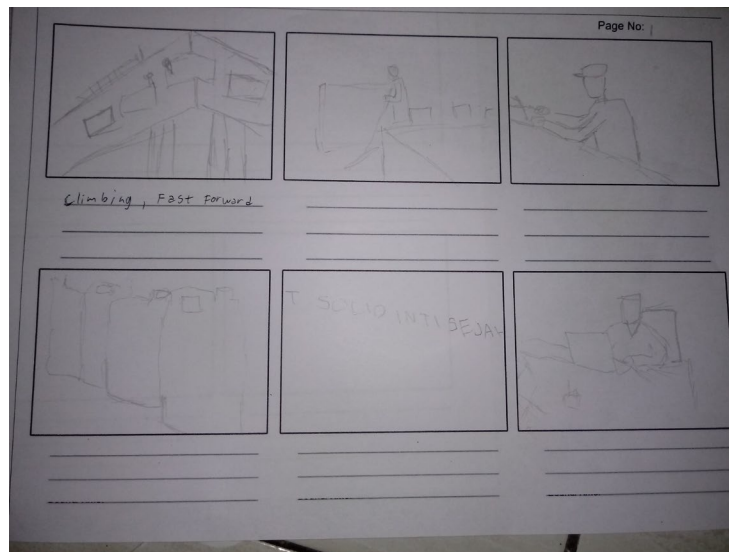


Gambar 4.2. Perkenalan staff-staff PT Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

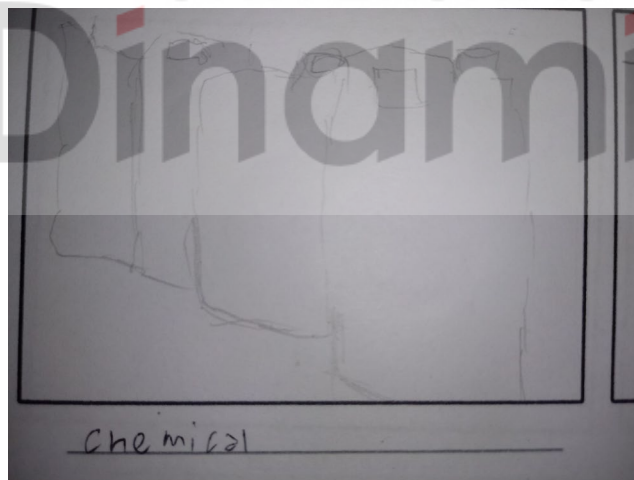
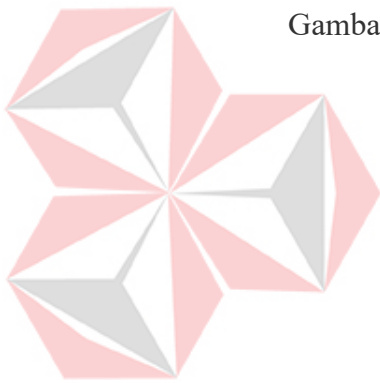
2. Hari Ke-2 dan Hari Ke-3

Hari ke dua dan hari ke tiga bekerja di PT. Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan pembahasan mengenai penyusunan jadwal kerja dan *storyboard*. Dan juga penyusunan naskah narasi untuk video company profile. Selain itu, penulis juga dikenalkan dengan beberapa lokasi yang dipergunakan untuk pengambilan bahan *video company profile*.



Gambar 4.3. Storyboard video *company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.4. Storyboard video *company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

3. Hari Ke- 4 hingga Hari Ke-9

Hari ke empat hingga hari ke sembilan bekerja di PT. Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan melakukan kunjungan ke perusahaan-perusahaan yang berkeja sama dengan PT. Solid Inti Sejahtera yang berada di sekitar kota Surabaya. Di sana penulis melakukan pengambilan *video* dan gambar mulai dari *security* , *cleaning service*, dan sebagainya.



Gambar 4.5. Pengambilan bahan video *company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.6. Pengambilan bahan *video company profile* PT. Solid Inti

Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

4. Hari Ke-10 hingga Hari Ke-13

Hari ke sepuluh hingga hari ke tiga belas bekerja di PT. Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan melakukan kunjungan ke perusahaan-perusahaan yang berkeja sama dengan PT. Solid Inti Sejahtera yang berada di luar kota Surabaya. Di sana penulis melakukan pengambilan *video* dan gambar mulai dari *security* , *cleaning service*, dan sebagainya.



Gambar 4.7. Lokasi pengambilan bahan *video company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

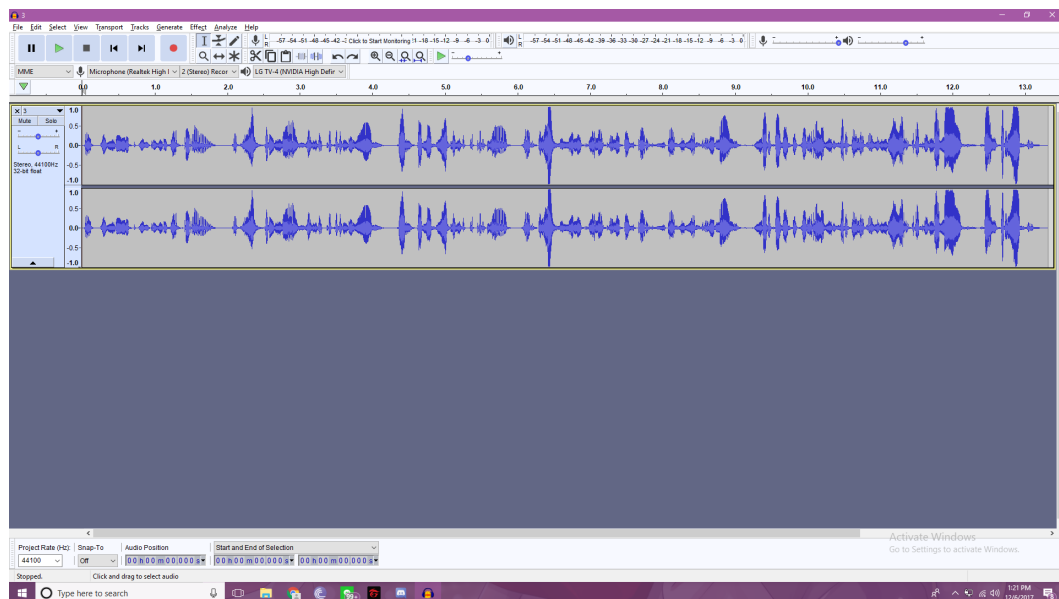


Gambar 4.8. Pengambilan bahan *video company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

5. Hari Ke-14 hingga Hari Ke-16

Hari ke empat belas hingga hari ke enam belas bekerja di PT Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan melakukan *dubbing* narasi *video company profile* PT Solid Inti Sejahtera. Penulis menggunakan *software* Audacity untuk pengisian suara.



Gambar 4.9. Narasi *video company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

6. Hari Ke-17 dan Hari Ke-18

Hari ke tujuh belas dan hari ke delapan belas bekerja di PT. Solid Inti Sejahtera, penulis jalani dengan melakukan proses *editing* audio. Audio yang diambil adalah *Royalty Free Music* oleh www.bensound.com. Audio tersebut diproses melalui *software FL Studio*.



Gambar 4.10. *editing audio company profile* PT. Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Olahan Penulis)

7. Hari Ke-22

Hari ke dua puluh dua satu bekerja di PT Solid Inti Sejahtera, dengan melakukan presentasi *video company profile* kepada pihak PT Solid Inti Sejahtera. Revisi dari pihak PT. Solid Inti Sejahtera akan diberikan setelah presentasi selesai.

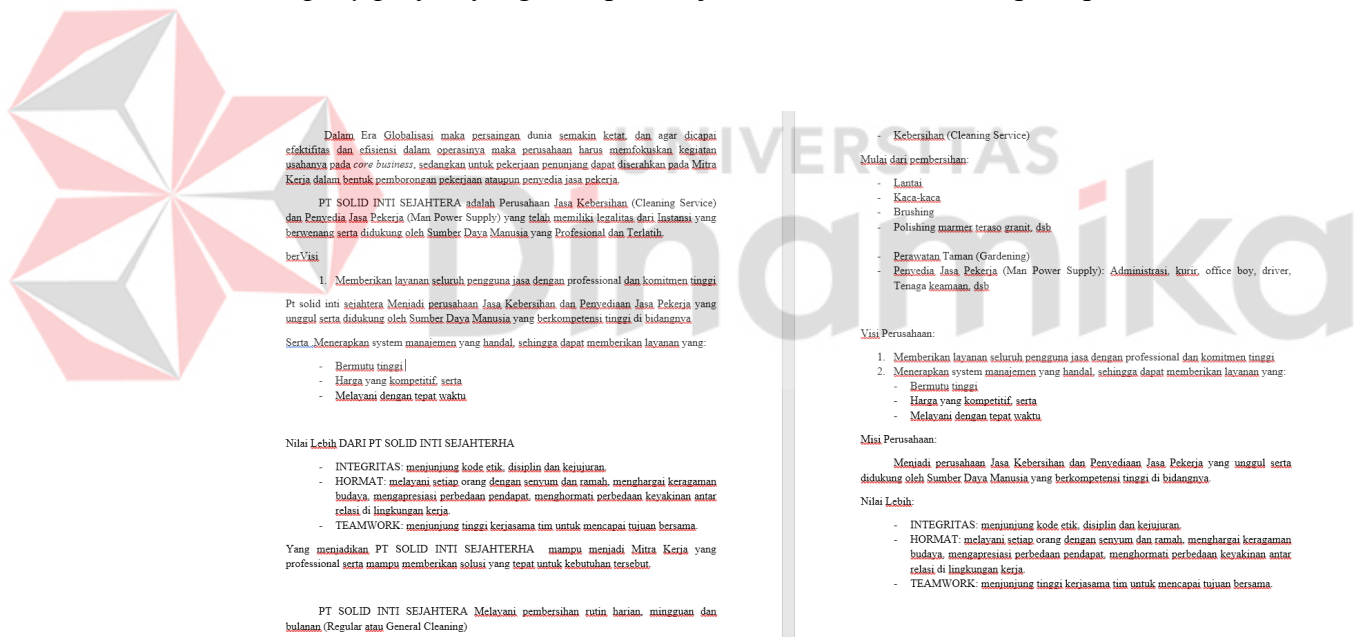
8. Hari Ke-23 hingga Hari Ke-25

Hari ke dua puluh tiga hingga hari ke dua puluh lima bekerja di PT Solid Inti Sejahtera, melakukan revisi yang diberikan oleh pihak PT. Solid Inti Sejahtera, mulai dari tata bahasa, pengaturan efek dan sebagainya.

4.2.2 Hasil Karya Kerja Praktik

1. Narasi

Penulis menggunakan *software* Audacity untuk mengisi suara narasi video *Company profile* yang mampu menjelaskan visi dan misi kepada penonton.



Gambar 4.11. Skrip narasi video *Company Profile* PT Solid Inti Sejahtera

(Sumber: Hasil Karya Penulis)

2. *Background music*

Background music yang diambil adalah *Royalty Free Music* oleh www.bensound.com. Penulis menggunakan *software* FL Studio untuk melakukan proses *editing* audio.



UNIVERSITAS
Dinamika

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

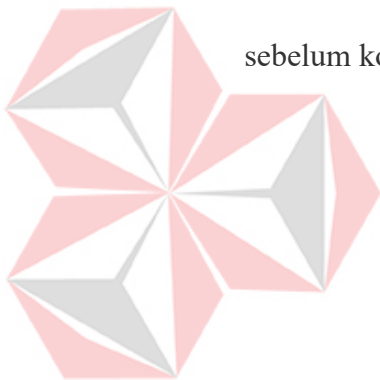
Berdasarkan Implementasi di atas maka akan disimpulkan hasil dari pengerjaan yang telah dikerjakan:

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 audio narasi dan BGM (*Background Music*).
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.

5.2 Saran

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

1. Dalam kegiatan pembuatan audio *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 risiko revisi karya.
3. Memperbanyak referensi tentang berbagai macam video *company profile* sebelum konsep dibuat agar hasil karya dapat maksimal.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Chirtion. 2002. *Revolutionary Premiere 6 D.Vision*. Jakarta: Grasindo.
- Cheppy, Riyana. 2007. *Pembelajaran Media Audio Visual dalam Video*. Jakarta: Grasindo.
- Ferguson. 2010. *What Can I Do Now? Animation*. New York: Infobase Publishing.
- Griffith, D.W. 1972. *Pengertian Editing dalam Selection of shot*. Jakarta: Grasindo
- Ivan. 2002. *Macromedia Flash 4*. Yogyakarta: Andi.
- Iwan, Binanto. 2010. *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Joseph, V. Mascelli. 1998. *Film-film Cerita Continuity and Compilation*. Jakarta: Grasindo
- Kesrul. 2004. *Pengertian Meeting dalam MICE Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Jakarta: Gresindo
- Nardi. 1977. *Pengertian Editing Film*. Jakarta: Grasindo.
- Peters, J.M. 1980. *Editing Film. Dalam sound effect* Yogyakarta: Andi.
- Sadiman, Arief S. dkk . 2005. *Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Pustekom Dikbud dan PT.Raja Grafindo Persada.
- Sudjana, Nana dan Ahmad Rivai. 2003. *Teknologi Pengajaran*. Bandung : CV Sinar Baru.
- Sungkono. 2003. *Media Video Pembelajaran Audio Visual Aids*. Yogyakarta: Andi.
- Sutopo, Ariesto Hadi. 2003. *Multimedia Interaktif dengan Flash*. Jakarta:Grasindo.

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

Sumber Internet:

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



UNIVERSITAS
Dinamika