

"VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI POLITEKNIK BISNIS DIGITAL INDONESIA"

Kusmayanti¹

¹Politeknik Bisnis Digital Indonesia
Jl. Raya Cileungsi – Jonggol KM.3, Cileungsi Kidul, Kec. Cileungsi, Kab. Bogor
E-mail : kusmayanti@polbis.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan Politeknik Bisnis Digital Indonesia terhadap *video company profile* sebagai media promosi di era digital saat ini, dan untuk mengetahui proses pembuatan *video company profile* yang di dalamnya terdapat informasi lengkap tentang Politeknik Bisnis Digital Indonesia yang disajikan secara singkat. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode analisis kebutuhan, pengumpulan data dan analisis perancangan video, sehingga terciptalah *video company profile* Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Politeknik Bisnis Digital Indonesia membutuhkan *video company profile* untuk promosi memperkenalkan kampus sebagai sebuah usaha yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan, agar masyarakat, calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya mengenal Politeknik Bisnis Digital Indonesia.

Keywords : Video, Company profile, Promosi.

ABSTRACT

The purpose of this research is for Politeknik Bisnis Digital Indonesia needs towards company profile video as a media for promotion in the digital era today, and to find out the process of Company profile video production which contains a comprehensive information about Politeknik Bisnis Digital Indonesia that presented briefly. The used research methods is needs analysis methods, data collecting and video designing analysis so it created Politeknik Bisnis Digital Indonesia company profile video. the result of this research shows that Politeknik Bisnis Digital Indonesia needs a Company profile Video to promote by presenting the Campus as an educational service businesses, so that Public, prospective students and the stakeholders get to know Politeknik Bisnis Digital Indonesia

Keywords: Video, Company profile, Promotion.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi semakin menjadi pusat perhatian dalam era digital ini, terutama di sektor bisnis digital yang berkembang pesat. Politeknik Bisnis Digital Indonesia menjadi salah satu institusi yang berada di garis depan dalam mempersiapkan calon profesional yang kompeten di bidang bisnis digital. Dalam konteks promosi institusi pendidikan, Salah satu alat promosi yang semakin populer dalam strategi promosi adalah *video company profile*.

Menurut Kriyantono dalam Septianingsih dan Nugraha (2019:23), *company profile* memiliki peran penting bagi sebuah perusahaan atau sebuah instansi. Dimana melalui *company profile*, perusahaan atau sebuah instansi dapat mempresentasikan visi dan misi sebuah perusahaan juga menawarkan produk maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau instansi kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kebutuhan akan video *company profile* dalam promosi Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Dengan memahami strategi yang efektif dan implikasi dari penggunaan video *company profile* dalam konteks promosi kampus sebagai wadah pendidikan tinggi, video *company profile* diharapkan juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi promosi yang lebih baik dan lebih efektif di masa mendatang.

Dalam upaya memperkuat strategi promosi, penggunaan teknologi digital telah menjadi salah satu pilihan yang paling relevan dan efektif. Salah satu alat promosi yang semakin populer adalah video *company profile*. Video ini tidak hanya memberikan gambaran visual yang menarik tentang institusi, tetapi juga mampu menyampaikan pesan-pesan kunci, keunggulan program, dan budaya institusi dengan cara yang lebih menarik dan *persuasive* menggunakan teknologi dalam tahap promosi.

Menurut Budiarto dalam Parlina, Mawarni dan Safitri (2018; 15), promosi adalah suatu bentuk kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak pemasar yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga tertarik untuk melakukan transaksi seperti yang diinginkan oleh pihak pemasar, agar dalam pelaksanaan program promosi dapat berjalan dengan baik, dan segala sesuatunya harus dipersiapkan dengan matang.

2. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan beberapa metode dalam rangka memperoleh data yang lebih akurat, terdiri dari;

1. Metode Analisa Permasalahan didapatkan dari hasil diskusi dengan *stakeholder* Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Bahwa dibutuhkannya video *Company profile* sebagai media untuk menjelaskan tentang keberadaan Politeknik Digital Bisnis Indonesia.
2. Metode Pengumpulan data dilakukan dengan cara Observasi atau melakukan pengamatan secara langsung di lapangan, dan Studi Pustaka.
3. Metode Analisa Perancangan Media. Perancangan media Visual dalam bentuk Video *Company profile* dengan melakukan

tahapan dari *Pre Production, Production dan Post Production*.

3. LANDASAN TEORI

Company profile

Menurut Rachmat Kriyantono dalam Pratama, Samsudin, dan Rianto (2022; 145), *Company profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Dalam penelitian ini peneliti memilih *company profile* dalam bentuk media visual yaitu video yang dibuat sebagai video *company profile* untuk Politeknik Bisnis Digital Indonesia.

Video

Menurut Widiastuti & Baihaqi dalam Norhikmah, dan Rianda (2023; 334) Video dipilih dikarenakan dapat sebagai media penyebaran informasi yang dinamis, praktis dan menarik yang mampu menggabungkan teknologi audio dan visual secara bersama-sama. Salah satu media visual melalui video akan dikemas menjadi video *company profile*

Video *Company profile*

Dibutuhkan sesuatu yang bisa dijadikan senjata utama dalam melakukan promosi untuk menyampaikan semua informasi tentang pengenalan kampus Politeknik Bisnis digital Indonesia kepada masyarakat yakni video *company profile*. Menurut Marina Budiman dalam Nugroho dan Kurniawan (2022; 72) *video company profile* adalah jenis media promosi yang dapat digunakan untuk perusahaan. Dan menurut Leonardo et al dalam Norhikmah dan Rianda (2023; 334) *video company profile* berpotensi menjadi media promosi digital.

Promosi

Promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian menurut Kusuma Putra dalam Dewi, Nas, Aries dan Norhan (2022; 206). Sedangkan Menurut Rhenald

Khasali dalam Sunarya, Sari, dan Sahara (2016; 19) Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Politeknik Bisnis Digital Indonesia, membuat *video company profile* untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang *value proposition* yang dimiliki kepada masyarakat luas. Menurut Usmara dalam Sunarya, Sari, dan Sahara (2016; 19), dalam pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan membeli dan setia pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar belakang Perguruan Tinggi

Politeknik Bisnis Digital Indonesia merupakan sebuah perguruan tinggi vokasi yang baru berdiri pada tanggal 19 oktober 2023 melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 267/D/OT/2023 tentang Izin Pendirian Politeknik Bisnis Digital Indonesia di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat yang diselenggarakan oleh Yayasan Pengembangan dan Pemberdayaan Bisnis Bogor. Kehadiran Politeknik Bisnis Digital Indonesia yang kemudian disingkat menjadi POLBIS sebagai salah satu lembaga pendidikan, untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia menuju Indonesia emas. Berlokasi di Jl. Raya Cileungsi – Jonggol KM.3, Cileungsi Kidul, Kec. Cileungsi, Kab. Bogor, Jawa Barat – 16820.

Politeknik Bisnis Digital Indonesia menyediakan layanan pendidikan jenjang Diploma 4 setara dengan Strata 1. Pemilihan bentuk penyelenggaraan pendidikan vokasi bertujuan mencetak tenaga kerja terampil yang siap kerja, berkualitas dan kompetitif baik di dalam maupun luar negeri. Politeknik Bisnis Digital Indonesia memiliki 3

program studi unggulan yaitu, D4 Bisnis Digital, D4 Logistik Bisnis, dan D4 Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak.

Politeknik Bisnis Digital Indonesia memiliki visi “Menjadi Politeknik yang Unggul di Tingkat Internasional Pada Tahun 2043 dalam Bidang Teknologi Digital dan Bisnis yang Berbasis Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan” dan memiliki misi yaitu;

- Menyelenggarakan pendidikan tinggi vokasi di bidang teknologi digital dan bisnis yang kondusif sebagai bentuk inkubator untuk membentuk karakter dan kepribadian lulusan yang kreatif, memiliki komitmen terhadap pengembangan ilmu dan pengaplikasiannya serta berjiwa wirausaha bagi peningkatan ekonomi dan kesejahteraan Masyarakat.
- Menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dengan mengembangkan jejaring industri, pemerintah dan swasta serta institusi lain yang relevan, berbasis penelitian dalam bidang teknologi dan bisnis.
- Menjalin kemitraan dengan dunia usaha / dunia industri dan instansi pemerintah yang berkualitas dalam mendukung penyelenggaraan Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- Menyelenggarakan tata kelola perguruan tinggi yang kredibel, transparan, akuntabel, dan bertanggung dalam rangka mencapai kemandirian melalui pengembangan kelembagaan manajemen yang berorientasi pada mutu dan kemampuan bersaing internasional.

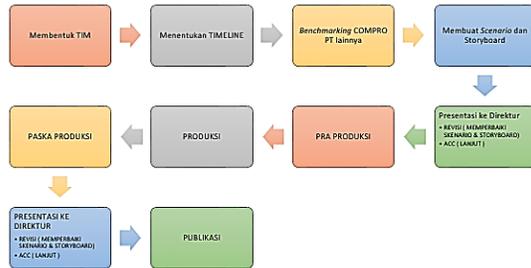
Hasil Penelitian

Setelah mendapat hasil dari Analisa Permasalahan yang didapatkan dari hasil diskusi dengan *stakeholder* bahwa Politeknik Bisnis Digital Indonesia membutuhkan *Video company profile* sebagai media promosi dalam rangka memperkenalkan kampus yang baru berdiri untuk agar dapat dikenal di kalangan masyarakat, khususnya di wilayah Cileungsi, Bogor timur, Jawa Barat, umumnya seluruh masyarakat Indonesia.

Metode selanjutnya yang digunakan adalah Metode Pengumpulan data, dalam hal ini peneliti menyusun langkah-langkah pembuatan *video*

company profile yang dimulai dengan membuat tahapan-tahapan seperti;

1. Alur perancangan.



Gambar 1. Alur Perancangan

Alur perancangan ini dibutuhkan agar proses pembuatan *company profile* bisa efektif dan efisien dalam pengerjaannya. Kesesuaian yang dimaksud pada bagian ;(1)pemilihan tim, (2)timeline kerja, (3)benchmarking (4) pembuatan *scenario* dan *storyboard*, (5)review and revision (6) pra-produksi (7)produksi (8) paska – produksi (9) review and revision (10) Publikasi.

2. Pemilihan Tim

PANITIA PERANCANGAN COMPANY PROFILE
POLITEKNIK BISNIS DIGITAL INDONESIA

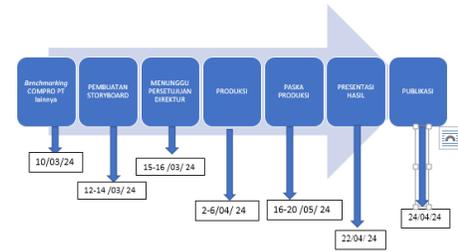
NO.	NAMA PEGAWAI	TUGAS
1	Kusmayanti, S.E., M.M	Director/DOP
2	Hudani Achmedji, S.M	Pilot Drone Assistant Director
3	Muhammad Yusuf	Camera Person & Editor
4	Ahmad Fikri Sholahuddin	Assistant Cameramen & Editor
5	Maudy Alisia Juvoni	HOST & VO

Gambar 2 Pemilihan Tim

Memilih tim yang cocok satu sama lain dan memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan baik dapat meningkatkan produktivitas dan kreativitas. Ketika tim memiliki sinergi yang baik, mereka dapat saling melengkapi dan mendukung satu sama lain, menghasilkan hasil yang lebih baik secara keseluruhan.

3. TimeLine

Fungsi dari timeline ini adalah untuk memastikan proses atau tahapan yang dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sampai pada proses akhir publikasi *video company profile*.



Gambar 3. Timeline

3. Benchmarking

Menurut Kelessidis dalam Halifah, Suhendra dan Wulandari (2020) *Benchmarking* merupakan pembelajaran dengan pendekatan dimana perusahaan melakukan proses identifikasi dan replikasi strategi terbaik dari perusahaan benchmark untuk meningkatkan kinerja perusahaan tersebut .Fokus dari *benchmarking* adalah peningkatan setiap proses bisnis yang diberikan dengan mempelajari “*Best Practice*” daripada hanya mengukur kinerja terbaik. Perusahaan yang mempelajari “*Best Practice*” memiliki peluang besar untuk mendapatkan keuntungan strategis, operasional, dan keuangan. Dalam penelitian ini tim melakukan pembedahan bersama tentang contoh-contoh yang didapat dari *competitor* atau dari perguruan tinggi lainnya yang sudah sejak lama berdiri.

4. Pre-Production

Tahapan ini dimulai dengan munculnya ide yang terus dikembangkan dengan dituangkan kedalam *Scenario* dan *storyboard* lalu tim memastikan *Scenario* dan *storyboard* yang akan digunakan sudah sesuai dengan review yang diberikan Direktur Politeknik Bisnis digital Indonesia ditahapan sebelumnya. *Scenario* dan *storyboard* digunakan dalam proses pembuatan *video company profile* untuk Menyajikan informasi utuh dengan durasi yang singkat tentang lokasi, sejarah, visi, misi, produk yang dimiliki, kegiatan, sarana dan prasarana dan lainnya yang berhubungan dengan informasi yang harus

diketahui masyarakat dari Politeknik Bisnis Digital Indonesia.

SCENE	SHOT	BUKAD	DESKRIPSI
1	1	(Lokasi) POLBIS Establis POLBIS Shot : Bird Eye with Drone Voice Over (Maudy): Berada di lokasi strategis di Wilayah Cileungsi, Bogor Timur berbatasan dengan Taman Buah Mekarsari dan Perumahan Harvest City. Location : Taman mekarsari, gerbang harvest city dan depan polbis. Duration: 00,00,20 Music: Beat fast Rhythm Description: Pengambilan gambar Gedung Polbis yang berada dekat dengan Taman buah Mekarsari dan Perumahan Harvest city. Crafis : Maps lokasi posisi polbis dekat dengan taman buah mekarsari dan harvest city.	
	2	Establis POLBIS Shot : Bird Eye with Drone Voice Over (Maudy): Memperkenalkan Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Location : Depan Kampus POLBIS Duration: 00,00,10	

Gambar 4. Sebagian contoh dari Scenario dan Storyboard

5. Production

Menurut Ahyari dalam Budiarto, Bella, dan Yuliana (2018; 225) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada. Sedangkan *production* dalam hal proses pembuatan video *company profile* menurut Rifai, Astriyani dan Indria (2018; 103) Produksi adalah suatu upaya dalam merubah bentuk sinopsis menjadi audio visual seperti diketahui bahwa pelaksanaan produksi dalam program acara tuntutan sinopsis hal tersebut dikarenakan sinopsis merupakan hasil dari penemuan ide untuk suatu program acara. Tahapan produksi pada penelitian ini menggunakan peralatan seperti;

- a. Kamera Mirrorless canon M 40
- b. Drone SJCR F5S PRO+
- c. I phone 11 PROMAX 512

6. Paska produksi /post Production

Menurut Astriyana, Lukman, dan Irawan (2016; 214) Tahap *post production* adalah proses *finishing* sebuah karya sampai menjadi sebuah video yang utuh dan mampu

menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada audience.

Dalam proses *post production* semua gambar yang didapat pada proses *production* di satukan dan di edit oleh seorang editor.

- a. Tahap Capturing; pada tahapan ini yang dikerjakan adalah tahapan akhir produksi meliputi proses *Capturing* yaitu pemindahan file hasil *shoot* kedalam kmputer untuk siap masuk dalam tahapan *Editing*.
- b. Tahap Editing, pada tahapan ini yang dikerjakan adalah proses bagaimana proses editing dilakukan dengan menambah title, effect teks, music latar, Voice over. Proses editing menggunakan aplikasi *Adobe After Effect* dan *Capcut*.



Gambar 5. Pembuatan teks effect di Adobe after Effect



Gambar 6. Editing di CapCut

7. Publikasi

Dari keseluruhan proses yang dikerjakan pada tahapan akhir dari pembuatan *video company profile* adalah tahap publikasi atau proses *upload* di media seperti *Chanel You tube* Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Dari target penyelesaian yang dijadwalkan di time line tanggal 24 April 2024 maka Proses *upload* dilakukan pada tanggal 26 April 2024.



Gambar 7. Thumbnail pada Chanel Youtube Politeknik Bisnis Digital Indonesia

Penggunaan *Video company profile* sebagai media promosi merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi. Ada banyak cara yang akan dilakukan dalam penggunaan *video company profile* diantaranya melalui link *video company profile* yang dibagikan bisa secara langsung atau melalui email kepada calon pendaftar/aplikan. Nantinya *video company profile* akan dibagikan juga melalui *website* dan *social media*. *Video company profile* juga akan ditayangkan pada acara-acara yang diadakan oleh Politeknik Bisnis Digital Indonesia.

Menurut Cipta Halim dalam Astriyani, Lukmana, dan Irawan (2016; 206) Promosi adalah media untuk mengenalkan suatu produk barang dan jasa yang baru atau memperkuat *brandimage* suatu produk yang telah ada sebelumnya.

Menurut Basu Swastha, dalam Septianingsih dan Nugraha (2019;24) Adapun tujuan dari *company profile* adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggaran tentang perusahaan, penjelasannya sebagai berikut :

1. Menginformasikan

- a. Menginformasikan pasar tentang produk yang ditawarkan.
- b. Menjelaskan cara kerja produk.
- c. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan.
- d. Membangun citra perusahaan.
- e. Mengurangi ketakutan pembeli atau konsumen

2. Membujuk

- a. Mendorong pelanggan untuk menerima bekerja sama saat itu juga.
- b. Mengubah persepsi terhadap produk atau jasa yang dijual.

4. Mengingat

- a. Mengingat konsumen akan tempat yang menjual produk atau jasa perusahaan.
- b. Membuat konsumen tetap ingat walaupun tidak ada promosi iklan.
- c. Menjaga agar ingatan pertama konsumen jatuh pada produk atau jasa perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang *video company profile* sebagai media promosi pada Politeknik Bisnis Digital Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Proses pembuatan *video company profile* yang efektif adalah dengan memberikan informasi tentang lokasi, sejarah, visi, misi, produk yang dimiliki, kegiatan, sarana dan prasarana dan lainnya yang berhubungan dengan informasi yang harus diberikan tentang Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Semua informasi harus diberikan dengan jelas sehingga masyarakat sebagai penikmat informasi bisa mengerti dengan baik apa yang disampaikan.
- 2) Proses perancangan *video company profile* yang dilakukan terdiri dari tahapan *Pre Production, Production dan Post Production* yang di dalamnya berisi penjelasan tentang gambaran dari Politeknik bisnis Digital Indonesia. *Video company profile* dibuat sesuai dengan konsep yang sudah disepakati dimana di dalamnya terdapat unsur video, audio, teks, effect, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai audience.
- 3) *Video company profile* yang telah dibuat atau dirancang oleh Tim dari Politeknik Bisnis Digital Indonesia telah dirilis dan diupload pada tanggal 26 April 2024, pada media promosi *channel youtube* milik

Politeknik Bisnis Digital Indonesia. Proses pendistribusian video *company profile* dapat melalui link yang dibagikan bisa secara langsung atau melalui email kepada calon pendaftar/aplikan. Nantinya video *company profile* akan dibagikan juga melalui *website* dan *social media* yang sedang dibangun. Dan nanti akan ditayangkan juga pada acara-acara yang diadakan oleh Politeknik Bisnis Digital Indonesia.

sebagai penunjang informasi dan promosi pada hotel sitamiang 2 Bogor. *Journal article // Innovative Creative and Information Technology*, 2(1). 15-28

DAFTAR PUSTAKA

- Astriyani, Erna., Lukmana, Andri. & Irawan, Agung. (2016). Media video *company profile* sebagai sarana informasi dan promosi di pt. Surya toto indonesia tbk. Kabupaten Tangerang. *Raharja Open Jurnal System*, 2(2). 204-215
- Budiarto, Mukti., Bella, Ulis., & Yuliania., Nita, media promosi dan informasi pada pt. Gardena karya anugrah berbentuk video *company profile*. (2018). *Raharja Open Jurnal System*, 4 (2). 217-227
- Nugroho, M, Taufiq., Kurniawan., Hendra, (2022). Perancangan Video *Company profile* PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi* 17(2). 71-78
- Norhikmah. Rianda, F. Riski, (2023). Pelatihan dan Pemanfaatan Video *Company profile* sebagai Media Promosi pada Taman Belajar di Karanganyar. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(3), 333-338
- Nurkomala, Wiwiek., Dewi, Nas, Chairun., & Aries, Jamaludin., Norhan, Linda., (2022). perancangan *company profile* cv. Aaf print cirebon menggunakan video animasi sebagai promosi usaha. *Jurnal digit* 12(2) 203-213
- Parlina, Alin., Mawarni, Gita. & Safitri, Dinda. (2018). Media penunjang informasi dan promosi berbentuk katalog produk pada pt. Ideal formica purnatata Tangerang, *Raharja Open Jurnal System*, 4(1). 15-28
- Sunarya, Lusyani., Sari, D.W. Kartika, & Sahara P. Wurika. (2016). Perancangan media iklan
- Septianingsih, Rini., Nugraha, B, Sri, (2019). Pembuatan video *company profile* hotel brothers inn babarsari sebagai media promosi dan informasi. *INFOS Journal*, 1 (2), 23-28
- Pratama, S, Arjun., Samsudin, & Rianto, Bayu., (2022). Perancangan video company profil di sman 2 tembilahan, *Jurnal Selodang Mayang*, 8 (2) 143-153
- Rifai, Danang., Astriyani, Erna., & Indria, Upi. (2018). Pembuatan Video *Company profile* Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal (TMJ)* 3(1). 98-109