

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE MARKAS WALET
SEBAGAI MEDIA PROMOSI KEPADA CALON MITRA
Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Disusun Oleh:
MUHAMMAD NOUVALDO FAZZA PUTRA SAIFULLAH
20052010108

Dosen Pembimbing 1:
BAYU SETIAWAN, S.Sn., M.Sn.

Dosen Pembimbing 2:
SRI WULANDARI, S.Sn., M.A.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2023/2024

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE MARKAS WALET
SEBAGAI MEDIA PROMOSI KEPADA CALON MITRA


Disusun oleh :

MUHAMMAD NOUVALDO FAZZA PUTRA SAIFULLAH
20052010108


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 17 Mei 2024

Pembimbing 1


Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19910728 202203 1004


Pembimbing 2


Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 20219930419173

Penguji 1


Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001

Penguji 2


Aileena S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds
NPT. 182 19870119 076

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004



**HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE MARKAS WALET
SEBAGAI MEDIA PROMOSI KEPADA CALON MITRA**

Disusun oleh :

**MUHAMMAD NOVALDO FAZZA PUTRA SAIFULLAH
20052010108**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 17 Mei 2024

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19910728 202203 1004

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

NPT. 20219930419173

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual

Masnuna, S.T., M.Sn

NIP3K. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Dalam era digital, pemasaran melalui media visual menjadi sangat efektif untuk mempromosikan perusahaan. Markas Walet, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang budidaya burung walet, membutuhkan video company profile yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan identitas perusahaan kepada calon mitra dan investor. Video ini bertujuan untuk mempromosikan nama perusahaan, mendekatkan hubungan dengan pelanggan dan investor, menggambarkan nilai-nilai inti perusahaan, serta memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang industri budidaya burung walet. Dengan merancang video company profile yang baik, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) Markas Walet, menarik minat investor dan mitra bisnis untuk menjalin kerjasama, serta menyampaikan informasi penting seperti visi, misi, dan prestasi yang pernah diraih oleh perusahaan.

Perancangan video company profile Markas Walet ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan pihak perusahaan serta observasi saat magang, dan data sekunder dari literatur terkait. Objek perancangan adalah video company profile untuk Markas Walet, perusahaan yang berfokus pada manufaktur dan pengolahan sarang walet dengan traceability tinggi, serta aplikasi edukasi budidaya walet pertama di Indonesia. Analisis data dilakukan secara deskriptif, SWOT, consumer insight, dan consumer journey untuk memahami kebutuhan, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Berdasarkan sintesis data, video company profile dirancang untuk mempromosikan perusahaan kepada calon mitra, menunjukkan komitmen dalam mendukung petani walet, serta menyampaikan solusi atas permasalahan dalam industri budidaya walet. Unique Selling Proposition yang ditawarkan adalah produk, program, dan layanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan secara menyeluruh, tidak hanya sekedar produk.

Perancangan video company profile Markas Walet ini menggunakan keyword "Sarang walet yang mahal dan bernilai" dengan konsep verbal berjudul "Markas Walet Company Profile" bergaya semi-formal dengan narasi storyline dan

voice over. Konsep visualnya menampilkan keindahan alam Indonesia, proses produksi, edukasi, data statistik, teknologi, prestasi, serta visi perusahaan membentuk ekosistem sarang walet dengan durasi 3-4 menit, resolusi 1080p, format H.264, aspek rasio 16:9, melalui proses pengambilan gambar, editing, pengaturan audio, transisi, tipografi, dan color grading. Video ini menjadi media utama yang akan dipromosikan melalui YouTube, Facebook, Instagram, dan website dengan didukung media sosial, iklan, serta konten YouTube sebagai media pendukung dengan strategi pemasaran yang meliputi pemilihan media sosial tepat, penjadwalan posting, konten menarik, iklan berbayar, interaksi aktif, monitoring, kolaborasi, penggunaan hashtag, dan landing page relevan.

Kata Kunci : Video Company Profile, Budidaya Sarang Walet, Teknologi Inovatif, Pemasaran Media Visual, Promosi Perusahaan

ABSTRACT

In the digital era, marketing through visual media has become very effective for promoting companies. Markas Walet, a company engaged in swallow cultivation, needed an attractive and informative company profile video to introduce the company's identity to potential partners and investors. The video aims to promote the company's name, build closer relationships with customers and investors, illustrate the company's core values, and provide the public with an understanding of the swallow farming industry. By designing a good company profile video, it is expected to increase Markas Swallow's brand awareness, attract investors and business partners to collaborate, and convey important information such as the company's vision, mission, and achievements.

The design of Markas Swallow's company profile video uses a qualitative approach by collecting primary data through interviews with the company and observations during internships, and secondary data from related literature. The design object is a company profile video for Markas Walet, a company that focuses on manufacturing and processing swallow nests with high traceability, as well as the first swallow cultivation education application in Indonesia. Data analysis was carried out descriptively, SWOT, consumer insight, and consumer journey to understand the needs, strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the company. Based on the synthesized data, a company profile video was designed to promote the company to potential partners, show commitment in supporting swallow farmers, and convey solutions to problems in the swallow cultivation industry. The Unique Selling Proposition offered is products, programs, and services that prioritize overall customer satisfaction, not just products.

The design of Markas Swallow's company profile video uses the keyword "Swallow's nest is expensive and valuable" with a verbal concept entitled "Markas Swallow Company Profile" in a semi-formal style with storyline narration and voice over. The visual concept features Indonesia's natural beauty, production process, education, statistical data, technology, achievements, and the company's vision of shaping the swallow's nest ecosystem with a duration of 5-7 minutes,

1080p resolution, H.264 format, 16:9 aspect ratio, through the process of shooting, editing, audio settings, transitions, typography, and color grading. This video is the main media that will be promoted through YouTube, Facebook, Instagram, and websites supported by social media, advertisements, and YouTube content as supporting media with marketing strategies that include choosing the right social media, scheduling posts, interesting content, paid advertisements, active interaction, monitoring, collaboration, using hashtags, and relevant landing pages.

Keywords: Video Company Profile, Swallow Nest Cultivation, Innovative Technology, Visual Media Marketing, Company Promotion

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sepuh hati bahwa sejauh pengetahuan saya, naskah dalam laporan Tugas Akhir ini tidak memuat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun, serta tidak ada pendapat atau karya milik orang lain kecuali yang telah dikutip secara resmi dan disebutkan dalam laporan ini, dan sumber datanya telah dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini terdapat unsur plagiasi, saya bersedia laporan Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2023, pasal 25 ayat 2 pasal 70).

Surabaya, 17 Mei 2024



Muhammad Nouvaldo Fazza Putra Saaifullah

20052010108

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan “Perancangan Video Company Profile Markas Walet Sebagai Media Promosi Kepada Calon Mitra”.

Dalam kesempatan yang penuh kebahagiaan ini, penulis dengan rendah hati menyampaikan proposal seminar yang bertujuan untuk mengeksplorasi peranan penting sebuah video company profile dalam meningkatkan brand awareness. Proposal ini mengambil fokus pada perancangan video company profile Markas Walet, sebuah langkah inovatif untuk memperkenalkan esensi, nilai, dan kontribusi yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dalam dunia yang terus berkembang dengan pesat, eksistensi suatu merek bukan hanya sebatas nama atau logo. Dalam hal ini, video company profile menjadi sebuah alat komunikasi yang vital, memperkenalkan karakter, nilai, dan tujuan dari sebuah perusahaan. Melalui perancangan ini, penulis berharap untuk memperkenalkan gagasan dan strategi di balik perancangan video company profile Markas Walet, serta membahas pentingnya video tersebut dalam memperluas cakupan, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat citra merek.

Tak lupa, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, serta dosen penguji, dan tak lupa Markas Walet yang telah memberikan dukungan serta kesempatan untuk mewujudkan perancangan ini. Semoga perancangan ini menjadi wahana yang bermanfaat dan memberikan wawasan yang berharga bagi semua.

Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA & STUDI EKSISTING.....	7
2.1 Definisi Operasional Judul.....	7
2.1.1 Video Company Profile.....	7
2.1.2 Markas Walet	7
2.1.3 Media Promosi	8
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Landasan Teori Media	8
2.2.2 Landasan Teori Media Promosi	8
2.2.3 Landasan Teori Video	8
2.2.4 Jenis Jenis Video.....	9
2.2.5 Format Video.....	10
2.2.6 Kebutuhan Videografi	19
2.2.7 Langkah Pembuatan Video.....	20
2.2.8 Teknik Dalam Videografi.....	22
2.2.9 <i>Lighting</i> Atau Pencahayaan	23
2.2.10 <i>Colour Grading</i>	23
2.2.11 Definisi Video Company Profile.....	23

2.3	Studi Eksisting	24
2.3.1	Studi Komparator	28
2.3.2	Studi Kompetitor	32
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN		38
3.1	Metode Perancangan	38
3.2	Objek Perancangan	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	39
3.4	Teknik Analisis Data	41
3.4.1	Analisis Data Wawancara	41
3.4.2	Analisis Data Observasi	43
3.4.3	Analisis Consumer Insight	43
3.4.4	Analisis Consumer Journey	44
3.4.5	Analisis SWOT	44
3.4.6	Sintesis Data	46
3.4.7	Unique Selling Proposition (USP)	47
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN		49
4.1	Perumusan Konsep	49
4.1.1	Perumusan <i>Keyword</i>	49
4.1.2	Konsep Verbal	51
4.1.3	Konsep Visual	57
4.1.4	Konsep Media	69
4.2	Implementasi Desain	71
4.3	Rancangan Anggaran Proyek	77
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
Daftar Pustaka		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Screenshot Video Company Profile Markas Walet (Sumber: Markas Walet)	25
Gambar 2. 2 <i>Screenshot</i> Video Company Profile Markas Walet (Sumber: Markas Walet)	25
Gambar 2. 3 Screenshot Video Company Profile Markas Walet (Sumber: Markas Walet)	26
Gambar 2. 4 Screenshot Video Company Profile Bank BJB (Sumber: Bank BJB)	29
Gambar 2. 5 Screenshot Video Company Profile Bank BJB (Sumber: Bank BJB)	30
Gambar 2. 6 Screenshot Video Company Profile Bank BJB (Sumber: Bank BJB)	31
Gambar 2. 7 <i>Screenshot</i> Video Company Profile PT. Esta Indonesia (Sumber: Hexograf Indonesia).....	33
Gambar 2. 8 Screenshot Video Company Profile PT. Esta Indonesia (Sumber: Hexograf Indonesia).....	34
Gambar 2. 9 Screenshot Video Company Profile PT. Esta Indonesia (Sumber: Hexograf Indonesia).....	35
Gambar 3. 1 SWOT Markas Walet (Sumber: Dokumen Perusahaan)	37
Gambar 4. 1 Alur <i>Keyword</i> (Sumber: Dokumen Pribadi).....	41
Gambar 4. 1 <i>Storyboard</i> (Sumber: Dokumen Pribadi)	52
Gambar 4. 2 <i>Storyboard</i> (Sumber: Dokumen Pribadi)	52
Gambar 4. 3 <i>Storyboard</i> (Sumber: Dokumen Pribadi)	53
Gambar 4. 4 <i>Screenshot</i> Video (Sumber: Dokumen Pribadi).....	73
Gambar 4. 5 Media pendukung <i>Tumbler</i> (Sumber: Dokumen Pribadi).....	73
Gambar 4. 6 Media pendukung Kaos (Sumber: Dokumen Pribadi).....	74
Gambar 4. 7 Media pendukung <i>Lanyard</i> (Sumber: Dokumen Pribadi).....	74
Gambar 4. 8 Media pendukung <i>Totebag</i> (Sumber: Dokumen Pribadi).....	75
Gambar 4. 9 Media pendukung <i>Sticker</i> (Sumber: Dokumen Pribadi).....	75
Gambar 4. 10 Media pendukung Maket (Sumber: Dokumen Pribadi).....	76

Gambar 4. 11 Foto Booth Pameran (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 77

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Studi Eksisting.....	26
Tabel 2 2 Studi Komparator	31
Tabel 2 3 Studi Kompetitor	35
Tabel 3. 2 tabel SWOT	45
Tabel 4. 1 Storyline Video.....	51
Tabel 4. 2 <i>Shotlist</i>	57
Tabel 4. 3 Rancangan Anggaran Proyek.....	77