

# Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry

( *The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry* )

Aisyah Maharani Jasmine<sup>[1]</sup>, Redito Benaya Loen<sup>[2]</sup>

<sup>[1],[2]</sup>Social & Mass Media Management, LSPR Communication & Business Institute

E-mail: [aisyahmjasmine10@gmail.com](mailto:aisyahmjasmine10@gmail.com), [reditobenayaloen@gmail.com](mailto:reditobenayaloen@gmail.com)

## KEYWORDS:

*Company profile, PT Avoir Industry, video, social media*

## ABSTRACT

*Company Profile is a supporting tool for Public Relations that contains general informations regarding a business entity. The company profile is one of the most important things a company must have because it builds the identity and image of a company. So creating a good company profile reflects the image of a company in the public eye and gives a clear understanding of a company. It can be categorized into four different types which are website, print, interactive application and video. The Creators chose video as their project base to make a company profile for PT Avoir Industry. It can be used to introduce the company's identity in order to build quality partnership with external parties and can also be functioned as a promotion channel. PT Avoir Industry has stood since 2008 and in the past 11 years PT Avoir Industry has not yet had the company profile video. The creator feels that a new method is needed for the company to keep up with the development of digital age. In the production of this company profile video, the creators uses three stages, those are: Pre Production, Production and post production. The concept is one that uses a cast ensemble to display the utilization of drinking cup in daily life, which will then lead to production, packaging and distribution process. This video is three to six minutes long. The purpose of the work is to provide information on PT Avoir Industry and to promote the promotion of the company to be better known to the public, especially the market's targets in the form of a company profile video. The work will be uploaded on four social media platforms those are Instagram, youtube, facebook and the company's official website. The four platforms have the high potential to provide information to the public, especially the target of the market of avoir industries.*

## KATA KUNCI:

*Company profile, PT Avoir Industry, video, media sosial*

## ABSTRAK

Company Profile merupakan elemen pendamping ilmu hubungan masyarakat yang berisi gambaran umum perusahaan. Company Profile menjadi salah satu hal penting yang wajib dimiliki oleh suatu perusahaan karena dapat membangun identitas serta citra suatu perusahaan. Sehingga pembuatan company profile yang baik akan mencerminkan citra suatu perusahaan di mata public serta memberikan pemahaman yang jelas mengenai suatu perusahaan. Company Profile terbagi menjadi empat jenis yaitu website, cetak, aplikasi interaktif, dan video. Dari keempat jenis tersebut, pembuat karya membuat tugas akhir berbentuk video company profile untuk perusahaan PT Avoir Industry sebagai identitas dari perusahaan guna menjalin kerjasama dengan pihak terkait serta berfungsi sebagai media promosi dan informasi. PT Avoir Industry telah berdiri sejak tahun 2008 dan dalam 11 tahun berdiri PT Avoir belum memiliki video company profile. Pembuat karya merasa diperlukan adanya suatu metode baru agar perusahaan tersebut bisa mengikuti perkembangan zaman di era digital ini. Dalam pembuatan video company profile ini pembuat karya menggunakan tiga tahapan yaitu Pra produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Konsep video company profile yang dibuat ialah menggunakan cast yang memperlihatkan kegunaan dari cup minuman dalam kehidupan sehari-hari sebagai pengantar video sebelum masuk ke penjelasan mengenai informasi perusahaan secara keseluruhan seperti standar operasional perusahaan proses produksi, proses pengemasan hingga proses distribusi. Video ini berdurasi selama tiga hingga enam menit. Tujuan dibuatnya karya ini adalah untuk memberikan informasi mengenai PT Avoir Industry dan meningkatkan promosi dari perusahaan tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat

terutama target marketnya dalam bentuk video company profile. Hasil Karya ini akan diunggah di empat platform media sosial yaitu Instagram, youtube, facebook dan website resmi perusahaan. Keempat platform ini memiliki potensi yang tinggi untuk memberikan informasi kepada masyarakat terutama target market PT Avoir Industry.

## I. PENDAHULUAN

Company Profile adalah praktisi public relations 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. [1] Isi company profile secara umum mencakup sejarah perusahaan, ideologi dasar perusahaan, budaya, sambutan dari pimpinan, identitas, visi dan misi, strategi, gambaran mengenai sumber daya manusia, sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan, prestasi dan keunggulan, *annual report*, deskripsi tentang produk yang ditawarkan serta program pengembangan dimasa mendatang [1] [2] Tujuan dari pembuatan company profile yaitu sebagai identitas dari perusahaan guna menjalin Kerjasama dengan pihak terkait. Selain itu, company profile juga berfungsi sebagai media promosi dan informasi upaya penawaran atas produk atau jasa yang telah disediakan. Company profile sendiri terbagi menjadi empat jenis yaitu dalam bentuk website, cetak, aplikasi interaktif dan video. Jenis company profile yang dipilih tergantung dari kebutuhan perusahaan masing-masing. Seiring dengan berkembangnya teknologi, company profile yang dikemas dalam bentuk video lebih banyak digunakan oleh perusahaan karena dianggap lebih menarik. Video merupakan gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi Teknik, Keilmuan, Produksi dan Keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan video tape, perekam video dan pemutar video [2] [3]

Dibalik keunggulan yang dimiliki dari video company profile tentu memiliki beberapa kekurangan seperti konsep video mudah ditiru dan sudah banyak perusahaan yang menggunakan konsep company profile dalam bentuk video serta perlu nya teknologi serta internet untuk mengakses video company profile.

Perusahaan yang belum memiliki video company profile adalah PT Avoir Industry, perusahaan ini telah berdiri selama sebelas tahun namun belum

memiliki video company profile nya sendiri. PT Avoir Industry merupakan perusahaan yang bergerak dibidang plastic khususnya kemasan minuman. Perusahaan yang berlokasi di Deli Serdang, Sumatra Utara ini sudah berdiri sejak tahun 2008. Selain menjadi supplier di daerah Sumatra Utara, PT Avoir Industry juga menjadi supplier di Provinsi Aceh, Sumatra Barat dan Kepulauan Riau serta telah bekerjasama dengan tiga puluh perusahaan di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, PT Avoir Industry turut mengikuti perkembangan teknologi dan menyesuaikan seluruh proses produksi dengan teknologi-teknologi yang lebih canggih. Maka dari itu, perusahaan yang awalnya hanya memproduksi cup plastik dengan mesin manual. Pada tahun 2015 hingga saat ini, PT Avoir Industry menggunakan mesin yang lebih canggih sehingga kualitas cup dan botol plastik yang diproduksi pun kualitasnya semakin baik. Hasil produksi cup dan botol plastik dari perusahaan ini termasuk dalam golongan lima yaitu PP (*Polypropylene*). Plastik jenis PP ini berwarna bening sedikit berawan karena tidak terlalu terang warnanya. Bahan ini sering digunakan pada produk minuman dan lebih aman di gunakan. Simbol dari jenis plastik ini adalah segitiga dengan angka 5 ditengahnya [3]

Dalam pengunggahannya nanti, pembuat karya akan mengunggah video *company profile* guna memperkenalkan perusahaan kepada publik melalui *website* resmi PT Avoir Industry serta media sosial seperti youtube, facebook serta instagram. Dipilihnya media sosial youtube sebagai sarana utama untuk mengunggah video *company profile* PT Avoir Industry karena youtube menjadi urutan kedua dalam "*World's Most Visited Website*" pada Januari tahun 2019 dengan angka kunjungan rata-rata 21 menit 36 detik. Selain sosial media youtube, pembuat karya juga memanfaatkan media sosial pendukung yaitu facebook dan instagram untuk menyebarluaskan video *company profile* PT Avoir Industry. Pembuat karya memilih media sosial tersebut karena berdasarkan situs *We Are Social* media sosial facebook dan Instagram menempati posisi tiga teratas dalam kategori jaringan sosial pada

survey “*Social Platforms: Active User Accounts*” pada Januari 2019 [4]Pembuat karya memutuskan untuk mengunggah video *company profile* PT Avoir Industry di *website* resmi dan media sosial youtube, facebook serta instagram agar penyebaran video *company profile* tersebut lebih luas. Rumusan masalah dalam pembuatan karya ini bagaimana membuat karya video *company profile* yang dapat memberikan informasi sehingga membuat target market mendapatkan informasi yang diinginkan serta meningkatkan promosi dan penjualan PT Avoir Industry. Tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan karya ini untuk membuat sebuah karya berbentuk *company profile* yang nantinya akan digunakan oleh PT Avoir Industry guna memperkenalkan produknya kepada masyarakat dan menjadi sarana informasi serta strategi promosi untuk PT Avoir Industry. Manfaat dari karya ini diharapkan dapat berguna bagi pihak PT Avoir Industry untuk memberikan informasi kepada target market dan meningkatkan promosi dari PT Avoir Industry itu sendiri.

Konsep dari karya ini yaitu berbentuk video *company profile* yang berisikan penjelasan atau informasi mengenai PT. Avoir Industry mulai dari tahun berdirinya perusahaan tersebut, suasana, fasilitas, kegiatan, dan SOP yang dibuat oleh PT Avoir Industry. Video yang berdurasi selama tiga hingga enam menit ini akan memberikan penjelasan serta informasi yang ditujukan untuk target market atau masyarakat yang ingin mengetahui profil mengenai PT. Avoir Industry. Kemudian karya ini akan diunggah di empat platform media sosial yaitu instagram, youtube, facebook serta website resmi perusahaan. Keempat *platform* ini memiliki potensi yang tinggi untuk memberikan informasi kepada masyarakat terutama target market PT Avoir Industry.

Segmentasi dari pembuatan karya ini adalah dari segi

1. Geografis: Sumatra Utara, Sumatra Barat, Kepulauan Riau dan Provinsi Aceh Wilayah-wilayah ini dipilih karena tingginya permintaan dari wilayah tersebut terhadap produksi kemasan plastik. Namun *supplier* yang ada tidak memenuhi permintaan pasar. Selain itu, distribusi ke daerah-daerah tersebut dinilai lebih mudah untuk dikontrol ataupun dipantau oleh pihak PT Avoir Industry.

2. Demografis:

- Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- Usia : Semua umur
- Pekerjaan : Semua pekerjaan
- Status ekonomi: A, B dan C

3. Psikografis : Customer yang menggunakan cup minuman

## II. METODOLOGI

Untuk mendapatkan beberapa data yang lebih untuk pembuatan karya ini, terdapat metode penelitian, yaitu:

1. Metode pengumpulan data, yaitu pembuat karya melakukan interview dengan CEO PT Avoir Industry dan observasi langsung ke lokasi ataupun kajian Pustaka.

Dalam Karya Sebelumnya, pembuat karya memilih delapan artikel jurnal karya sebelumnya yang berhubungan dengan karya yang pembuat karya buat. Jurnal pertama yang berjudul “Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMA Institut Indonesia Semarang” jurnal ini mengulas tentang media promosi dan informasi di SMA Institut Indonesia Semarang. SMA Institut Indonesia Semarang menggunakan media cetak sederhana berupa brosur, spanduk dan media elektronik berupa halaman facebook sebagai media penyampaian informasi dan promosi. Hal itu membuat SMA Institut Indonesia memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi dan promosi yang tidak bisa dilakukan secara cepat dan jelas. Tujuan dari dibuatnya perancangan video company profile ini adalah untuk meningkatkan nilai positif bagi SMA Institut Indonesia Semarang dan dapat menunjang media promosi serta informasi yang telah digunakan sebelumnya [5]

Jurnal kedua berjudul “Perancangan Company Profile Swarnabumi Residence Media Interaktif”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode literatur yaitu menggunakan beberapa referensi untuk menghimpun informasi yang relevan dengan masalah yang akan dibahas. Jenis media yang digunakan adalah *brochure, flyer, giant banner, x banner, product knowledge, website dan merchandise*. Konsep perancangannya terdiri dari layout pengembangan, alternative design, evaluasi design, final design dan print sebagai langkah finishing [6]

Artikel Jurnal yang ketiga berjudul “Perancangan Video Promosi Street Food Semarang Untuk Mendukung Pariwisata Di Kota Semarang”. Street Food Semarang merupakan salah satu potensi wisata yang mampu menarik wisatawan baik dalam maupun luar negeri. Tujuan dari perancangan video promosi ini adalah untuk menarik wisatawan berkunjung ke Semarang dan menambah jumlah potensi wisata disana. Perancangan ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan 5W + 1H dan promosi akan difokuskan di media online agar mudah diakses [7]

Jurnal yang keempat berjudul “Perancangan Video Promosi Milkindo Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness”. Dalam dua tahun terakhir Milkindo mengalami penurunan jumlah pengunjung di tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan media promosi Milkindo ini adalah metode kualitatif dan di implementasikan ke media social Youtube dan Instagram serta display di beberapa era wisata lain di Kota dan Kabupaten Malang [8]

Jurnal yang kelima berjudul “Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Brother House Café Wonosobo”. Brother House Café merupakan café yang menyediakan makanan dan minuman, dengan seiring berjalannya waktu muncul café-café baru yang menjadi pesaing maka dari itu pembuat karya membuat video company profile untuk mempromosikan Brother House Café pada masyarakat luas. Tahap yang dilakukan dalam pembuatan video company profile ini yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi [9]

Jurnal keenam berjudul “Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia”. Perusahaan ini belum memiliki sebuah media berbentuk video company profile sebagai penunjang informasi dan promosi. Konsep yang digunakan terdiri dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Kemudian hasil rancangan media video company profile tersebut dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat yang ingin lebih tahu tentang lift/escalator di PT Daiichi Elevator Indonesia [10]

Jurnal ketujuh yang berjudul “Pembuatan Media Video Profile Pada Perusahaan Amplang Sebagai Media Pengenalan Produk”. Pembuatan karya ini bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan

Amplang UD. Taufik Jaya Makmur kepada public. Pembuat karya menggunakan tahapan dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Penyampaian informasi karya ini yaitu melalui media online bukalapak dan gojek online [11]

Dengan adanya tujuh karya sebelumnya terbukti jika video company profile penting untuk dimiliki oleh suatu perusahaan untuk membangun identitas dan citra suatu perusahaan serta untuk menyampaikan pesan dari suatu perusahaan. Selain itu dengan acuan dari tujuh karya sebelumnya, perancang karya dapat memiliki referensi untuk membuat karya yang lebih baik.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembuatan karya ini, pembuat karya akan menggunakan tiga tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Pada tahapan pra produksi, perancang karya melakukan brainstorming dengan tim dan wawancara pra research, membuat synopsis secara garis besar, membuat rundown shooting, Menyusun budget, menentukan shot yang akan di ambil. tipe pengambilan gambar yang digunakan adalah *Aerial shot* digunakan untuk pengambilan gambar landmark Kota Medan dan wilayah pabrik PT. Avoir Industry. Sementara untuk tipe *Wide Shot* guna keperluan pengambilan gambar pemuda yang melangkah masuk dan keluar pintu utama pabrik, mobil truk yang sedang melakukan proses distribusi dan wilayah Tjong A Fie. Tipe pengambilan gambar selanjutnya ialah *full shot* yaitu pengambilan gambar guna keperluan SOP yang diterapkan oleh karyawan pabrik, proses produksi, keunggulan perusahaan yaitu pengolahan limbah plastik menjadi sebuah produk, *zoom out* biji plastik serta proses distribusi. Dilanjutkan dengan *medium long shot* yang hanya mengambil gambar *movement* orang-orang yang sedang beraktifitas sambil memegang cup plastik.

Tipe *shot* lainnya yang digunakan oleh pembuat karya ialah *medium shot*, *medium shot* dominan digunakan oleh pembuat karya dalam pengambilan gambar yaitu adegan orang-orang yang sedang beraktifitas sambil memegang cup plastik, proses produksi, proses SOP yang diterapkan oleh karyawan perusahaan, keunggulan perusahaan, proses distribusi serta *zoom out* biji plastik yang telah ditelaah oleh seorang pemuda. Tipe *shot* lainnya yang dominan digunakan oleh pembuat karya ialah *medium close up shot*, teknik ini

digunakan untuk pengambilan gambar seputar *movement* orang-orang yang sedang beraktifitas sambil memegang cup plastik, pemuda yang sedang memegang cup, proses produksi, proses SOP yang diterapkan oleh karyawan perusahaan, keunggulan perusahaan serta proses pengemasan produk. Tipe pengambilan *shot* terakhir ialah *close up* dan *extreme close up shot*.

Setelah seluruh proses persiapan produksi terlaksana dengan baik, pembuat karya serta tim produksi menentukan jadwal produksi yang akan dilaksanakan dengan segera. *Shooting* dilaksanakan dengan metode *jumping shot* atau dengan kata lain pengambilan gambar tidak sesuai dengan susunan adegan yang telah dibuat oleh pembuat karya. Hal ini dimaksudkan untuk mengantisipasi cuaca ketika menerbangkan drone untuk melakukan pengambilan video dari tampak atas. Setelah seluruh proses produksi terlaksana, pembuat karya mulai bekerja sama dengan editor untuk mengelompokkan jenis-jenis *file* seperti audio dan video yang nantinya akan digabungkan menjadi satu kesatuan. Proses *editing* memerlukan waktu dua hingga tiga minggu. Dalam hal ini, editor menggunakan aplikasi Adobe Premiere.

Proses selanjutnya didalam *editing* ialah melakukan *offline editing* atau yang dikenal sebagai istilah *rough cut*. Hasil *rough cut* nantinya akan digunakan oleh pembuat karya untuk diperlihatkan kepada dosen pembimbing guna mendapatkan saran dan masukan agar lebih baik lagi. Kemudian hasil *rough cut* dikembalikan kepada editor untuk diperbaiki. Setelah disetujui oleh dosen pembimbing, dilanjutkan dengan proses *online editing* yang meliputi *color and audio correction*, *additional effects* serta unsur-unsur lainnya guna mendukung seluruh adegan yang ada pada video. Tahapan terakhir dalam proses pengeditan ialah *review*. Proses *review* ini diharapkan dapat dijadikan masukan, kritikan serta saran agar bisa diperbaiki dan disempurnakan sebelum video ini diperlihatkan kepada penonton.

Berikut screenshot dari video company profile sesuai dengan storyboard yang telah dibuat:

### SCENE 1:



Gbr. 1 Landmark Kota Medan

Opening teaser mengenai landmark kota medan yaitu Tugu Harian Sinar Baru Indonesia (SIB)

### SCENE 2:



Gbr. 2 Pemuda sedang menggunakan produk PT Avoir Industry dalam kegiatan sehari-hari

Gambar di atas menjelaskan bagaimana seorang Pemuda (konsumen) yang dalam kegiatan sehari-hari nya menggunakan cup plastik untuk minum saat hendak pergi bekerja.



### SCENE 3:

Gbr. 3 Visual Pemuda membuka pintu dan berjalan masuk kedalam pabrik PT Avoir Industry

Gambar di atas menjelaskan bagaimana pemuda (konsumen) tersebut membuka pintu dan memasuki ruangan pabrik. Seakan-akan pemuda itu ingin mengetahui proses pembuatan dari cup plastik itu.

#### SCENE 4:



Gbr. 4 Visual Kegiatan didalam pabrik PT Avoir Industry

Gambar di atas menjelaskan bagaimana kegiatan karyawan di dalam pabrik. Tujuannya untuk memberikan gambaran secara keseluruhan dari suasana di dalam pabrik seperti apa.

#### SCENE 5:



Gbr. 5 Visual SOP yang diterapkan oleh karyawan pabrik

Gambar di atas menjelaskan bagaimana karyawan dan karyawan pabrik memperagakan SOP yang ditentukan dari PT Avoir Industry mulai dari seragam, menggunakan hair cap, masker serta sarung tangan. Gambar tersebut menunjukkan jika PT Avoir Industry memiliki SOP yang umum dimiliki oleh tiap perusahaan dan sangat mementingkan kebersihan hasil produksi.

#### SCENE 6:



Gbr. 6 Visual Proses Produksi

Gambar di atas menunjukkan salah satu proses produksi yaitu thermoforming, dimana cup plastic yang telah dilelehkan kemudian dicetak berbentuk cup.

#### SCENE 7:



Gbr. 7 Visual Proses Pengolahan Kembali Produk yang tidak sesuai standar pabrik dihancurkan dan diproses ulang

Gambar di atas menunjukkan proses pengolahan produk yang tidak sesuai standar pabrik. Kelebihan dari PT Avoir Industry yaitu pabrik ini tidak menghasilkan limbah plastik dikarenakan hasil dari sisa pengolahan didaur ulang kembali menjadi cup plastik.

#### SCENE 8:



Gbr. 8 Visual Proses Pengemasan yaitu wrapping kemasan cup

Gambar di atas menjelaskan bagaimana proses pengemasan hasil produk yang sudah sesuai standar pabrik, dimasukkan kedalam kardus dan siap untuk didistribusikan kepada konsumen

**SCENE 9:**



**Gbr. 9** Visual Proses Distribusi

Gambar di atas menjelaskan bagaimana proses setelah hasil produksi dikemas lalu dimasukkan ke dalam truk untuk diantar ke konsumen.

**SCENE 10:**



**Gbr. 10** Visual Proses Distribusi, Truk berjalan disepanjang jalan Tol

Gambar di atas menjelaskan bagaimana proses penyebaran hasil produk pabrik dengan animasi peta Sumatra.

**SCENE 11:**



**Gbr. 11** Visual Testimoni penggunaan cup minuman oleh remaja



**Gbr. 12** Visual Testimoni penggunaan cup minuman oleh Driver Ojek Online



**Gbr. 13** Visual Testimoni penggunaan cup minuman oleh Penjaga Warung

Gambar-gambar di atas menjelaskan bagaimana hasil produk yang telah didistribusikan telah diterima oleh para konsumen dari berbagai kalangan

**SCENE 12:**



**Gbr. 14** Visual Pemuda menutup pintu dan beranjak keluar dari pabrik

Gambar di atas menjelaskan setelah semua proses produksi hingga distribusi dan sampai diterima oleh konsumen lalu muncul transisi zoom out yang kembali pada pemuda (konsumen) di awal scene yang telah menelaah cup minuman kemudian keluar sambil membawa cup minuman dan menutup pintu pabrik.



Gbr. 15 Logo PT Avoir Industry

Gambar di atas menjelaskan setelah pintu tertutup, background menjadi hitam dan masuk kedalam blackour disusul dengan munculnya logo perusahaan disertakan dengan alamat, email dan nomor telfon.

#### IV. PENUTUP

Dalam proses pembuatan video *company profile* PT. Avoir Industry membutuhkan waktu dan rencana yang panjang hingga akhirnya dapat diperlihatkan kepada audiens khususnya calon client PT. Avoir Industry. Untuk proses pembuatan konsep video seperti *storyline*, *storyboard* dan lain-lain diperlukan data yang akurat sehingga riset dan wawancara dinilai sangat penting didalam pembuatan video *company profile* ini.

Pembuatan video *company profile* ini diharapkan dapat membantu perusahaan guna memberikan informasi yang meliputi sejarah, visi, misi, produk, keunggulan hingga proses produksi kepada publik terutama target market perusahaan. Selain itu, pembuat karya merekomendasikan video ini tidak hanya ditayangkan di perusahaan guna disampaikan kepada calon klien melainkan juga disebarluaskan lewat sosial media. Penyebaran karya lewat sosial media diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap perusahaan PT. Avoir Industry.

Pembuat karya juga mengumpulkan tanggapan dari masyarakat terutama perusahaan terkait serta penonton yang sudah menonton karya ini dengan cara melihat *likes*, *impression*, serta *viewers* dari video yang telah diunggah di beberapa *platform* dan menjadikan tanggapan tersebut sebagai testimoni yang akan digunakan oleh pembuat karya agar dapat membuat karya lain yang lebih baik.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur pembuat karya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia, rahmat, kekuatan dan dukungan yang diberikan sehingga kami dapat menyelesaikan karya ini. Serta rekan-rekan yang telah membantu dalam pembuatan jurnal karya ini.

#### REFERENSI

- [1] R. Kriyantono, *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2012.
- [2] I. Binanto, *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- [3] A. G. S. T. d. H. B. Aljabari, "Pabrik Plastik di Pekanbaru," *Jurnal Teknik*, vol. 12, no. 1, 2018.
- [4] S. Kemp, "We are Social," 30 January 2019. [Online]. Available: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>. [Diakses 15 Maret 2019].
- [5] R. D. Indriani, "Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMA Institut Indonesia Semarang," *Jurnal Mahasiswa STEKOM Semarang*, vol. 1, no. 1, 2014.
- [6] A. Elmira dan Triyadi, "Perancangan Company Profile Swarnabumi Residence Media Interaktif," *Jurnal Sketsa*, vol. 2, no. 2, 2015.
- [7] M. H. P. W. & Y. D. H. Putra, "Pembuatan Video Promosi Steet Food Semarang Untuk Mendukung Pariwisata Di Kota Semarang," *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, vol. 1, no. 6, 2015.
- [8] S. Anam, "Disertasi STIKOM Surabaya," 7 Agustus 2018. [Online]. Available: <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3210/1/14420100003-2018-STIKOMSURABAYA.pdf>. [Diakses 10 Mei 2020].
- [9] M. R. A. Kurniawan Wicaksono, "Repository Amikom," 2 Februari 2017. [Online]. Available: [http://repository.amikom.ac.id/files/2017/Publikasi\\_13.12.7405.pdf](http://repository.amikom.ac.id/files/2017/Publikasi_13.12.7405.pdf). [Diakses 10 Mei 2020].
- [10] D. A. E. & I. U. Rifai, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT Daiichi Elevator Indonesia," *Jurnal Technomedia*, vol. 3, no. 1, 2018.
- [11] A. O. U. M. d. C. B. Watulinga, "Pembuatan Media Video Pada Perusahaan Amplang Sebagai Media Pengenalan Produk," *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 1, 2017.