

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DI TOKO BATIK ARINY MENGGUNAKAN METODE MDLC****Rahmat Armal Pratama¹, Mutamassikin², Bastomi Baharsyah³**[¹, ¹rahmatarmalpratama888@gmail.com](mailto:rahmatarmalpratama888@gmail.com), [², ²mutamassikin@uinjambi.ac.id](mailto:mutamassikin@uinjambi.ac.id),[³, ³bastomibaharsyah@uinjambi.ac.id](mailto:bastomibaharsyah@uinjambi.ac.id)**Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi****ABSTRAK**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini mengharuskan pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam strategi promosi agar mampu bersaing di pasar. Toko Batik Ariny sebagai salah satu usaha di bidang industri kreatif perlu menghadirkan media promosi yang tidak terbatas pada aspek informatif saja, tetapi juga menarik secara visual. Riset ini bertujuan menyusun video company profile yang dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang dapat meningkatkan citra serta daya tarik Toko Batik Ariny kepada konsumen. Metode yang digunakan dalam perancangan Pelaksanaan penelitian mencakup seluruh tahapan produksi, mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir, dengan pendekatan kualitatif melalui teknik observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. Hasil penelitian berupa video company profile berdurasi 3–5 menit yang menampilkan profil usaha, proses pembuatan batik, produk unggulan, serta keunggulan Toko Batik Ariny. Video ini dirancang dengan konsep visual yang modern namun tetap mempertahankan nilai budaya batik sebagai identitas lokal. Berdasarkan uji kelayakan dan evaluasi dari pihak pemilik serta target audiens, media promosi ini dinilai mampu meningkatkan pemahaman konsumen mengenai brand image dan kualitas produk Toko Batik Ariny. Dengan demikian, video company profile memiliki fungsi sebagai medium promosi efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat eksistensi usaha di tengah persaingan.

Kata Kunci: Company Profile, Video Promosi, Batik, Toko Batik Ariny, Media Informasi.

ABSTRACT

The accelerated growth of digital communication and information systems encourages businesses to innovate in their promotional strategies in order to remain competitive. Toko Batik Ariny, as part of the creative industry, needs a promotional medium that communicates effectively and captivates through its design. This investigation focuses on crafting a company profile video as a means of promotion to enhance the image and attractiveness of Toko Batik Ariny to consumers. The design process was carried out through three fundamental parts: pre-shoot planning, actual production, and post-production work, using a qualitative approach involving interviews, observation, and documentation. The final result is a 3–5 minute company profile video that showcases the business profile, the batik-making process, featured products, and the unique strengths of Toko Batik Ariny. The video was designed with a modern visual concept while preserving the cultural values of batik as a local identity. Based on feasibility testing and evaluations from the owner and target audience, this promotional medium was considered effective in increasing consumer understanding in terms of brand identity and product performance of Toko Batik Ariny. Therefore, the company profile video can serve as an effective promotional tool to expand market reach and strengthen the business's presence amidst competition.

Keywords: Company Overview, Promotional Content, Batik Art, Toko Batik Ariny, Informational Medium.

PENDAHULUAN

"Media sosial kini telah melekat erat dalam aktivitas harian masyarakat di era digital. Berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi bagian penting dalam interaksi dan konsumsi informasi memungkinkan pengguna berkomunikasi, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan diri melalui teks, gambar, video, dan audio. Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Berdasarkan data

dari Nielsen, pertumbuhan akses internet di Indonesia mencapai angka 26%. Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 1,5 jam setiap harinya untuk berselancar di dunia maya. Sementara itu, menurut laporan ICT Watch, jumlah pengguna ponsel di Indonesia telah mencapai 180 juta jiwa dari total populasi sekitar 220 juta. Selain itu, siaran pers yang diterima oleh CNN Indonesia (Lesmana, 2012) mencatat bahwa jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta orang.

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membentuk persepsi, serta mendorong dan mengingatkan konsumen sasaran mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan, sehingga mereka terdorong untuk menerima, membeli, dan tetap setia terhadap produk tersebut (Tjiptono, 2011). Tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk atau jasa, menarik perhatian konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk.

Citra Meubel, yang sebelumnya dikenal dengan nama “Mukti Jaya”, melakukan pergantian nama pada pertengahan tahun 2013. Perusahaan ini bergerak di sektor perdagangan furnitur, mencakup seluruh proses mulai dari produksi hingga aktivitas jual beli, yang bertempat di Semarang, tepatnya di Jl. Gajah No. 188 Ruko No. 9 Semarang Jawa Tengah, berdiri pada 22 November 1998. Promosi yang sedang berjalan saat ini adalah menggunakan brosur, spanduk, radio, memuat iklan di forum jual beli dan pameran. Akan tetapi dengan media promosi yang diatas Upaya promosi dinilai kurang optimal karena media seperti brosur, spanduk, dan pameran bersifat pemasaran langsung dengan cakupan yang terbatas. Berdasarkan kekurangan tersebut, video company profile dimanfaatkan sebagai pelengkap untuk mendukung efektivitas media promosi lainnya seperti brosur, spanduk, iklan radio, dan forum jual beli (Fajar Kusumo, Sulartopo, 2019).

Karena itu, penting bagi sebuah UMKM untuk memiliki media visual berupa video sebagai alat promosi usaha. Kehadiran video company profile memungkinkan penyampaian identitas dan nama UMKM kepada khalayak luas secara lebih efektif. Video tersebut merepresentasikan perjalanan perusahaan, mulai dari proses pendirian, jenis produk yang ditawarkan, hingga berbagai aspek penting yang ingin disampaikan kepada publik melalui format audio visual.

Batik Ariny Jambi merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pakaian batik yang berlokasi Jl. Kyai Haji Muhammad Saleh, RT.03/RW.No.01, Pasir Panjang, Kec. Danau Tlk., Kota Jambi. Produk yang dijual oleh UMKM Batik Ariny Jambi yaitu Batik jambi, Satu set sarung batik, selendang, dan lain lain. Karena perkembangan zaman yang semakin meningkat pesat di era yang serba menggunakan digital, maka Batik Ariny Jambi memerlukan media untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk usaha batik jambi yang di jualnya.

Oleh karna itu, penulis ingin membuat media promosi berupa video company profile untuk mengenalkan UMKM Batik Ariny Jambi dan meningkatkan penjualan UMKM di Kota Jambi melalui Media promosi. Dengan Menggunakan Metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle), metode ini bertujuan untuk membantu memperkenalkan produk UMKM dan mempromosikan produk pada UMKM Batik Ariny Jambi. Karena MDLC ini cocok untuk digunakan sebagai metode media promosi memperkenalkan sebuah produk UMKM seperti di Batik Ariny Jambi. MDLC merupakan metode teknologi yang menggabungkan dimensi dunia nyata dengan dimensi dunia maya yang ditampilkan secara real-time, berbeda dengan virtual reality yang sepenuhnya menggantikan apa yang ada di dunia nyata, melainkan hanya menambah atau melengkapi.

METODE

Perancangan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian akan difokuskan pada perancangan video company profile sebagai strategi media promosi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Ariny Jambi. Metode yang dipilih untuk mencapai tujuan ini adalah Model Pengembangan Multimedia (MDLC), yang diharapkan dapat memberikan panduan sistematis dan efektif dalam proses perancangan video company profile. Menurut Riyanto & Singgih, (2015), MDLC adalah metode desain sistem yang cocok dalam desain sistem berbasis multimedia. MDLC mengembangkan dan merancang suatu media interaksi yang menggabungkan video, gambar, suara, animasi serta video dalam suatu kerangka kerja dan terbagi dalam enam tahapan, yaitu pembuatan konsep, pembuatan desain, perolehan material dan penyatuan hingga uji coba dan distribusi. (Rianto et al., 2022).

HASI DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Toko Batik Ariny Jambi merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pakaian batik yang berlokasi Jl. Kyai Haji Muhammad Saleh, RT.03/RW.No.01, Pasir Panjang, Kec. Danau Teluk., Kota Jambi. Owner dari UMKM Toko Batik Ariny adalah kak Robby Ariny Manasikaka, UMKM Batik Ariny Jambi sudah berdiri sejak 1998 . UMKM Batik Jambi Ariny ini memproduksi bahan batik,batik cap,batik tulis, kemeja batik,kain selendang,lacak,outer, dan ready to ware lain lain. Hingga saat ini, karyawan yang memproduksi Batik Ariny adalah Masyarakat jambi kota Seberang.

Batik Ariny juga menawarkan beberapa produk lainnya seperti tas,tas laptop,kaligrafi, dan beberapa batik lainnya. Target market dari Batik Ariny adalah instansi pemerintahan,mahasiswa,personal,mahasiswa, maupun Masyarakat umum. Harga dari produk Batik Ariny juga beragam tergantung hasil produksi yang dibuat maupun sesuai permintaan customer, dengan rentang harga mulai dari Rp. 250.000 hingga Rp. 400.000.

Visi Batik Ariny

Memajukan UMKM Indonesia terutama di industri fashion batik jambi, jasa konveksi dan taylor untuk dapat berkiprah di pasar dunia, serta membuat batik jambi menjadi terdepan dan mempunyai daya saing tinggi.

Misi Batik Ariny

1. Memenuhi kebutuhan batik di jambi dan Indonesia
2. Membuka lapangan pekerjaan bagi Masyarakat, terutama di kota jambi

Concept (Perencanaan)

Pada tahap awal perencanaan ini, peneliti membuat desain rancangan video yang akan di lakukan pada toko Batik Ariny dengan melakukan wawancara secara langsung kepada owner Batik Ariny untuk mendefinisikan dan mendapatkan konsep yang sesuai untuk pembuatan video Company Profile yang akan di rancang dan di desain. Adapun tahapan konsep pada pnelitian dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Bagian	Visual	Narasi
Pembuka dan identitas Lokasi batik ariny	Menampilkan footage drone area toko batik ariny jambi, dilanjutkan dengan menampilkan eksterior dari toko batik ariny jambi	Selamat datang di toko batik ariny jambi, (disesuaikan dengan slogan atau kalimat pendukung dari toko batik

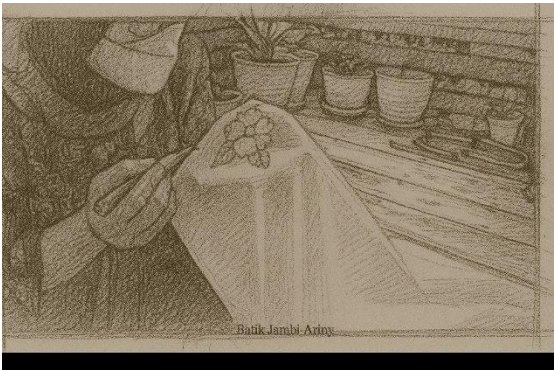
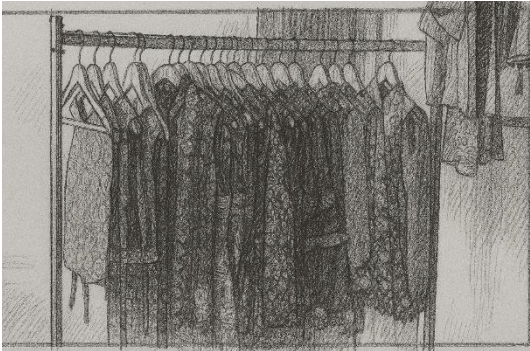
Sejarah dan Filosofi	Menampilkan foto atau video lawas dari kegiatan di toko batik ariny jambi, klip proses membatik lawas, wawancara singkat dengan pendiri atau penerus toko batik ariny jambi	Berdiri sejak tahun took batik ariny jambi (narasi memperkuat kelebihan took, seperti “berkomitmen menjaga nilai leluhur batik jambi sebagai identitas daerah”)
Proses dan Produksi Batik	Detail menampilkan proses pembuatan batik, seperti mencanting, pewarnaan, penjemuran, hingga tahap finishing	Setiap helai batik kami adalah hasil tangan terampil para pengerajin, dengan teknik yang masih kami jaga turun temurun
Produk dan Keunggulan Produk	Footage display produk kain batik yang dijual, pakaian, aksesoris, disertai dengan klip pelanggan yang sedang memilih dan melihat lihat produk	Kami menawarkan beragam produk batik berkualitas, cocok untuk berbagai kesempatan, dari tradisional hingga modern
Testimoni Pelanggan atau Customer	Footage pelanggan yang sedang melakukan transaksi pembelian batik di kasir	Batik ariny jambi selalu menjadi pilihan utama saya karena kualitas dan keunikannya
Penutup dan ajakan serta kontak toko	Footage drone area toko, produk, tim pengerajin, kasir, logo toko batik, dan informasi terkait kontak dan media sosial toko	Kunjungi batik ariny dan temukan keindahan batik yang sesungguhnya, hubungi kami di (kontak) atau ikuti kami di (sosmed batik ariny) untuk mendapatkan informasi terbaru seputar produk dan batik jambi

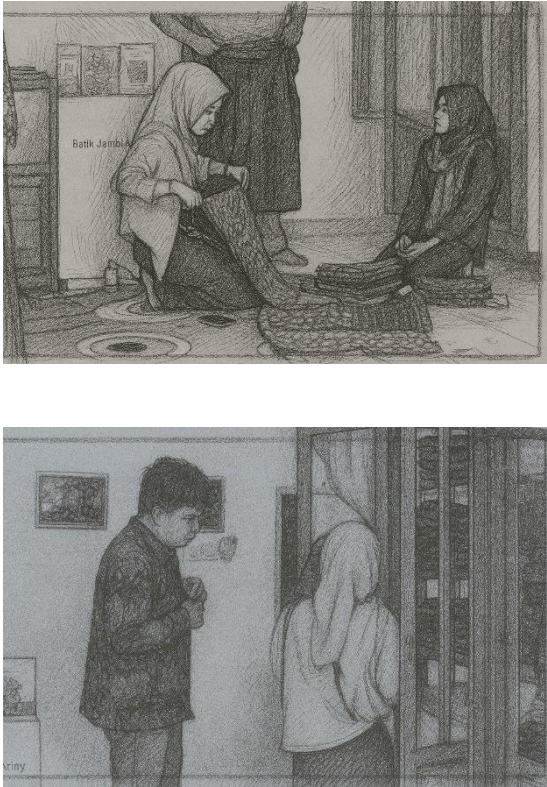
Video *Company Profile* ini dibuat sebagai media promosi pada toko Batik Ariny, Perancangan video ini merupakan perancangan yang output nya adalah video Cinematic yang berdurasi 3 – 5 menit, proses Desain dan pengambilan video *Company Profile* ini di ambil menggunakan kamera DSLR Canon 800D serta menggunakan aplikasi editing video Adobe Premiere pro dan Adobe After Effect, sehingga kompatibel dan dapat di muat ke semua perangkat digital. Video *Company Profile* ini bertujuan untuk membantu toko Batik Ariny dalam mempromosikan produk batik yang tersedia pada toko Batik Ariny melalui media sosial.

Design (Perancangan)

Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, penulis merancang storyboard yang akan digunakan menjadi dasar untuk membantu dalam proses material collecting. Storyboard yang sudah di rancang oleh penulis dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Scene	Visual	Keterangan
Scene 1	 	Pada opening video, menampilkan teks judul dari video <i>company profile</i>
Scene 2		Menampilkan foto dari kegiatan di toko batik ariny jambi

Scene 3	 	Detail menampilkan proses pembuatan batik , misalnya mencanting,pewarnaan
Scene 4	 	Footage display produk kain batik,pakaian,akesoris dari batik

Scene 5		Footage testimoni customer yang sudah berbelanja di toko batik jambi ariny
Scene 6		Menampilkan owner dan footage drone, menginformasikan terkait kontak dan media sosial toko

Material Collecting (Pengumpulan Data)

Pada tahapan ini, dilakukan pengumpulan materi atau pengumpulan bahan sesuai dengan keperluan pada pembuatan video *Company Profile*. Adapun bahan yang dikumpulkan adalah file take video, gambar dan audio. Pengumpulan video dari setiap scene yang diambil sesuai dengan storyboard akan diedit menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2025. Hasil pada tahap pengumpulan bahan adalah sebagai berikut:

a. File Hasil Take Video

Take video dilakukan terhadap owner toko batik jambi ariny dan rumah produksi, File hasil take video dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini

Hasil take video	Keterangan
	Menampilkan area di depan toko batik jambi ariny
	Menampilkan view dari drone toko batik jambi ariny
	Menyampaikan salam dan perkenalan dari founder batik jambi ariny
	Menceritakan sejarah singkat dari batik jambi ariny

	
	Footage proses pembuatan batik
	Display produk yang dijual batik jambi ariny

	Menyampaikan salam penutup dan ajakan untuk mengikuti media sosial batik jambi ariny
---	--

b. Audio

Audio untuk backsound dari video *company profile* ini bersumber dari aplikasi *streaming Youtube*. Berikut adalah judul dan sumber audio yang digunakan dalam video *company profile* dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

Nama Audio	Sumber
Inspiring Background Music	MUSIC4VIDEO (Youtube)
Music For Videos Uplifting Corporate	Youtube
Dubbing abah pengenalan diri	Internal Record on the spot
Dubbing abah sejarah batik	Internal Record on the spot
Dubbing ariny intro	Internal Record on the spot
Dubbing narasi opening	Internal Record on the spot
Dubbing narasi variasi produk	Internal Record on the spot
Dubbing narasi konsumen	Internal Record on the spot

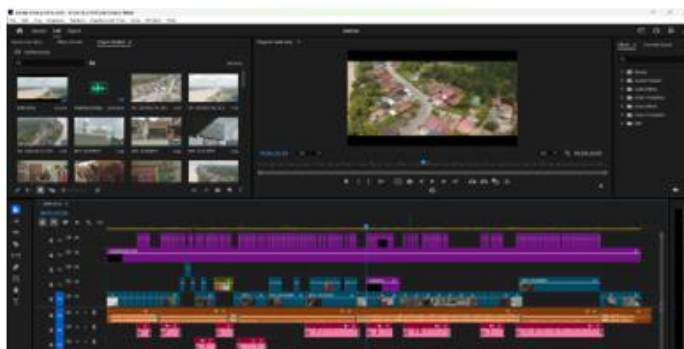
c. Element

Element animasi yang digunakan untuk video Company Profile ini didapat melalui laman internet dan di animasikan menggunakan aplikasi Adobe After Effect , nama dan sumber elemen tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

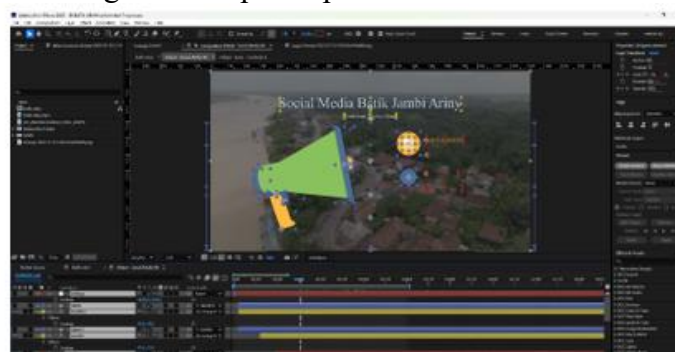
Nama Element	Sumber
Toa vektor audio megafon	PNGTREE (Goggle)
Instagram vektor logo	Worldvectorlogo (Goggle)
Vektor gb logo png	Freepik (Goggle)

Assembly (Pembuatan)

Pada tahap ini, dilakukan penggabungan semua bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pengumpulan materi. penggabungan dilakukan dengan menggunakan storyboard sebagai acuan melalui proses editing dimana proses ini akan mengintegrasikan semua materi dan diproses secara optimal untuk menciptakan video dengan estetika yang menarik. Software yang digunakan dalam proses editing adalah Adobe Premiere Pro CC 2025 dan Adobe After Effect 2025. Pada proses editing ini dapat mengatur pergantian latar yang diinginkan, menganimasikan objek agar terlihat lebih menarik. Tampilan interface dan proses editing timeline dapat dilihat pada gambar berikut ini



Gambar 1 Editing timeline pada aplikasi Adobe Premeire Pro CC 2025



Gambar 2 Editing timeline pada aplikasi Adobe After Effect CC 2025

Setelah semua bahan digabungkan melalui tahap editing dan menerapkan animasi , maka tahap selanjutnya adalah proses rendering dimana pada proses ini merupakan tahap konversi video pada timeline pada aplikasi editing ke video dalam format MP4. Sehingga video tersebut dapat ditonton dan kompatibel ke semua perangkat digital dan platform sosial media.

Adapun hasil pembuatan video Company Profile sebagai media promosi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Visual	Keterangan
	Intro pembuka video
	Sambutan pembuka

	Perkenalan founder batik jambi ariny
	Penjelasan produk yang dijual
	Display produk batik
	Proses membatik

	Menceritakan sejarah singkat perkembangan batik jambi ariny dan mengucapkan salam penutup
---	---

Testing (Pengujian)

Tahap pengujian video *Company Profile* ini dilakukan dengan *Beta Testing* yaitu validasi media melibatkan partisipasi dari dosen yang memiliki keahlian dalam media. Data dan masukan yang terkumpul dari instrumen penilaian ini akan digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki video *Company Profile*.

1. Validasi Ahli Media

Validasi ahli media ini dilakukan oleh Wahyu Widodo, yang merupakan Pekerja dan praktisi di bidang multimedia dan visual. Instrumen validasi ini mencakup 12 Elemen yang dinilai menggunakan skala penilaian Rating Scale dari poin 1-5. Sesuai dengan indikator skala pengujian oleh (Muttaqin 2013).

Berikut ini hasil skala penilaian dan pengujian validasi ahli media.

Tabel 5 Instrumen penilaian ahli media

No	Aspek	Indikator Penilaian	Nilai				
			1	2	3	4	5
1.	Kesesuaian Media	Penggunaan Warna					‘
		Kualitas Gambar				‘	
		Kejelasan Suara					‘
		Pemakaian Efek Visual				‘	
2.	Keefektifan Media	Durasi Video				‘	
		Kemudahan Pemahaman				‘	
3.	Organisasi Video	Penyajian Video					‘
		Kejelasan Sajian Animasi				‘	
4.	Kemenarikan Video	Menampilkan Produk UMKM					‘
		Menambah Varian Animasi pada video				‘	
5.	Kemanfaatan Media	Mempermudah proses promosi UMKM					‘
		Menambah ketertarikan Toko Batik Jambi Ariny					‘

* Beri tanda (‘) pada saah satu kolom Penilaian

Tabel 6 Hasil penilaian validasi ahli media

No	Aspek	Penilaian
1	Kesesuaian media	18
2	Keefektivan media	8
3	Organisasi media	9
4	Kemenarikan video	9
5	Kemanfaatan media	10
Jumlah		54

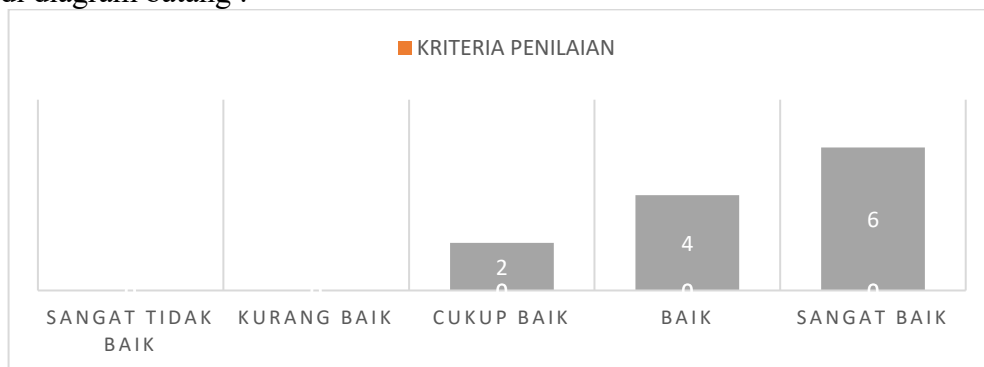
Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan olehh ahli media, diperoleh skor point total sebanyak 54 point, yang merupakan akumulasi total nilai dari semua element yang telah dinilai. Sesuai dengan metode penghitungan yang telah diuraikan dalam BAB III, hasil dari perhitungan presentase oleh validasi ahli media ialah sebagai berikut :

$$p = \frac{54}{(5)(12)(1)} \times 100$$

$$p = \frac{54}{60} \times 100$$

$$p = 98\%$$

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil analisis menunjukkan bahwa nilai presentase yang didapat ialah 98,33% yang dari instrumen penelitian termasuk dalam kategori sangat baik, dimana sesuai dengan kriteria Rating Scale 1-5 yang telah dibagi rata. Berikut hasil distribusi frekuensi ahli media yang terdiri dari 12 indikator penilaian yang digambarkan menjadi diagram batang :



Gambar 3 Diagram batang distribusi frekuensi validasi ahli media

Berdasarkan analisis penilaian oleh segi ahli media, maka video Company Profile ini masuk ke dalam kategori yang sangat baik. Validasi ahli media ini juga dilakukan penilaian oleh Muhammad Seftian Riski, yang merupakan Pengusaha industri kreatif design media dan visual di bidang multimedia dan periklanan. Instrumen validasi ini mencakup 12 element yang dinilai menggunakan skala penilaian Rating Scale dari 1-5. Sesuai indikator pengujian oleh (Muttaqin 2013) Berikut ini ialah hasil penilaian validasi ahli media

Tabel 4.9 Instrumen penilaian ahli media

No	Aspek	Indikator Penilaian	Nilai				
			1	2	3	4	5

1.	Kesesuaian Media	Penggunaan Warna						‘
		Kualitas Gambar						‘
		Kejelasan Suara					‘	
		Pemakaian Efek Visual				‘		
2.	Keefektifan Media	Durasi Video						‘
		Kemudahan Pemahaman					‘	
3.	Organisasi Video	Penyajian Video					‘	
		Kejelasan Sajian Animasi				‘		
4.	Kemenarikan Video	Menampilkan Produk UMKM					‘	
		Menambah Varian Animasi pada video					‘	
5.	Kemanfaatan Media	Mempermudah proses promosi UMKM						‘
		Menambah ketertarikan Toko Batik Jambi Ariny						‘

* Beri tanda (‘) pada saah satu kolom Penilaian

Tabel 4.10 Hasil penilaian validasi ahli media

No	Aspek	Penilaian
1	Kesesuaian media	17
2	Keefektivan media	9
3	Organisasi media	7
4	Kemenarikan video	8
5	Kemanfaatan media	10
Jumlah		51

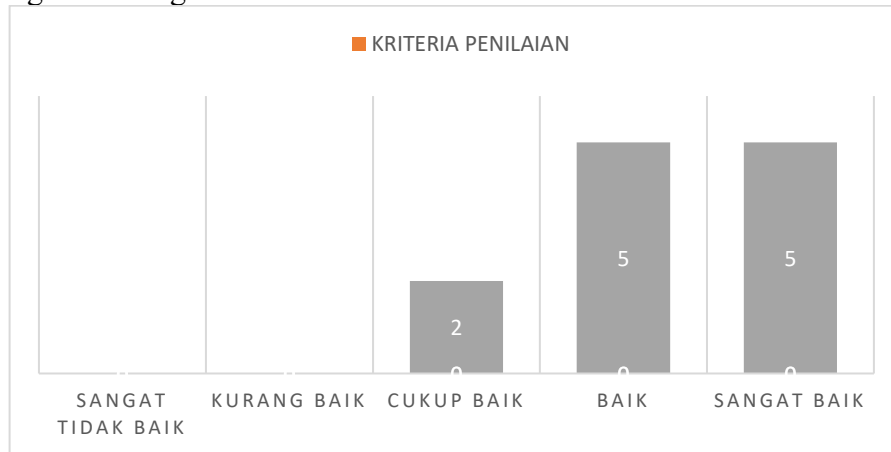
Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh ahli media, diperoleh skor point total sebanyak 51 point, yang merupakan akumulasi total nilai dari semua element yang telah dinilai. Sesuai dengan metode penghitungan yang telah diuraikan dalam BAB III, hasil dari perhitungan presentase oleh validasi ahli media ialah sebagai berikut :

$$p = \frac{51}{(5)(12)(1)} \times 100$$

$$p = \frac{51}{60} \times 100$$

$$p = 85\%$$

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil analisis menunjukkan bahwa nilai presentase yang didapat ialah 85% yang dari instrumen penelitian termasuk dalam kategori sangat baik, dimana sesuai dengan kriteria Rating Scale 1-5 yang telah dibagi rata. Berikut hasil distribusi frekuensi ahli media yang terdiri dari 12 indikator penilaian yang digambarkan menjadi diagram batang :



Gambar 4 Diagram batang distribusi frekuensi validasi ahli media

Berdasarkan analisis penilaian oleh segi ahli media, maka video *Company Profile* ini masuk ke dalam kategori yang sangat baik. Namun, ahli media menyarankan beberapa revisi pada bagian dari video atau scene untuk diperbaiki. Revisi dari catatan ahli media adalah sebagai berikut:

- a. Penambahan logo dari UMKM Toko Batik Jambi Ariny pada opening video, guna menambah kesan integritas dan legalitas sebuah UMKM, dan juga menimbulkan rasa kepercayaan konsumen terhadap UMKM Toko Batik Jambi Ariny, Berdasarkan pernyataan / saran tersebut, telah dilakukan penambahan logo UMKM Batik Jambi Ariny pada opening video, berikut ini adalah hasil dari bagian yang direvisi:



Gambar 5 Penambahan logo Batik Jambi Ariny

- b. Penambahan element shadow pada setiap subtitle video agar memudahkan penonton untuk membaca teks subtitle menjadi lebih jelas terlihat, Berdasarkan pernyataan diatas, telah ditambahkan element shadow, pada setiap teks subtitle di video, berikut ini adalah salah satu subtitle yang telah ditambahkan element shadow:

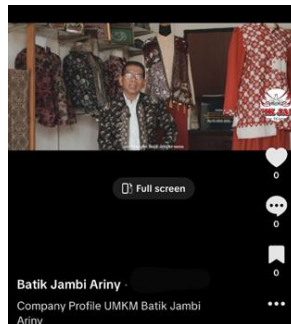


Gambar 6 Penambahan element shadow pada teks subtitle

4.1.9 Distribution

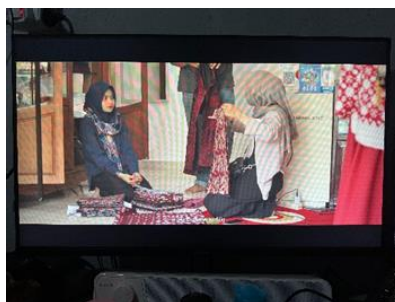
Dalam tahap distribusi , dilakukan dengan mengunggah video *Company Profile* yang sudah melewati proses *editing* dan *testing* dengan membuat hasil *output* berupa video berformat *MP4* beresolusi FULL HD (1920 x 1080) dengan durasi 03:15 menit. Video Company Profile ini akan di sebar dan diunggah ke media sosial, seperti *Tiktok*, *Instagram* , dan layar monitor *LED*.

Tampilan video Company Profile pada tiktok dapat di lihat pada gambar 4.7 di bawah ini:



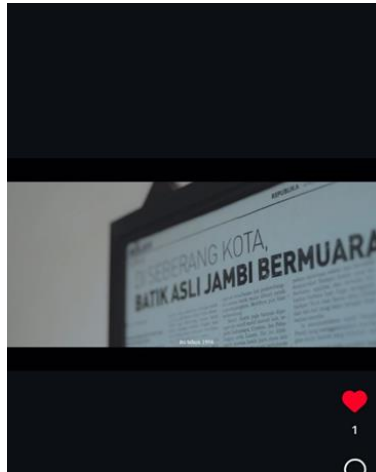
Gambar 7 Interface UI Tiktok Batik Jambi Ariny

Tampilan video Company Profile pada layar TV LED dapat di lihat pada gambar 4.8 di bawah ini:



Gambar 8 Tampilan video pada layar monitor LED

Tampilan video Company Profile pada Instagram dapat dilihat pada gambar 4.9 di bawah ini:



Gambar 9 Tampilan video pada reels instagram

Pembahasan Hasil Penelitian

Media video Company Profile ini dibuat dengan menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2025 dan Adobe After Effect CC 2025. Penelitian dan perancangan video Company Profile ini mangacu pada metode perancangan MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yang memiliki enam tahapan yaitu:

1. Concept (Perencanaan)

Pada tahapan ini, peneliti menentukan target audience dari market UMKM Batik Jambi Ariny, jenis multimedia yang akan dikembangkan, dan pesan utama yang ingin disampaikan. Konsep adalah dasar untuk proses pembuatan video company profile

2. Design (Desain)

Pada tahapan ini peneliti menentukan scane, dan membuat *storyboard*. Pembuatan *storyboard* dibuat dengan menggunakan aplikasi canva. Jumlah *storyboard* yang dikembangkan berjumlah 12 scene.

3. Material Collecting (Pengumpulan Data)

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan bahan yaitu berupa file hasil take video, gambar penunjang sebagai objek animasi, dan audio sebagai sound effect dan background video. Pengumpulan data ini di dapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

4. Assembly (Pembuatan)

Pada tahapan ini peneliti melakukan penggabungan semua bahan melalui proses editing menggunakan software Adobe Premiare Pro CC 2025 dan Adobe After Effect 2025 , proses pembuatan video company profile ini mengikuti storyboard yang memiliki 6 scene yang telah di rancang pada tahapan desain. Selanjutnya peneliti melakukan editing rendering untuk mengkonversi video pada timeline editing ke video dengan format MP4 beresolusi FULL HD (1920x1080) dengan durasi 03:15 menit.

5. Testing (Pengujian)

Pada tahapan ini peneliti melakukan uji kelayakan video dengan beta testing yaitu proses validasi 5 aspek yang dinilai menggunakan skala penilaian rating 1-5 oleh ahli media. Pada saat pengujian ada perbaikan yang harus di perbaiki oleh peneliti pada bagian opening logo dan penambahan element shadow pada teks subttittle. Dan telah dilakukan perbaikan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk melihat video *Company Profile* ini sudah layak atau belum untuk di promosikan ke sosial media.

6. Distribution (Distribusi)

Pada tahapan ini peneliti melakukan pendistribusian video dengan mengupload video *Company Profile* ke media sosial Batik Jambi Ariny seperti Tiktok, Instagram, dan layar tv LED.

Hasil dari perancangan ini yaitu berupa produk video Company Profile dengan judul “ Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi di Toko Batik Ariny Menggunakan Metode MDLC”. Selanjutnya pengujian beta dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian video company profile oleh ahli media. Dalam prosesnya, para ahli media mencermati dengan seksama video company profile, kemudian mereka memberikan penilaian dan catatan atau saran dan revisi tentang hal hal yang dibahas dalam instrumen yang diberikan.

Sebagai produk hasil rancangan, media promosi video ini memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Kelebihan dari media video promosi ini adalah sudah menggunakan objek dan animasi yang menunjang video promosi agar lebih mudah dimengerti dan membuat ketertarikan pada video. Kekurangannya adalah pembuatan media promosi video adalah memakan lebih banyak biaya yang tidak murah dan memakan waktu yang cukup lama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang video Company Profile yang telah dirancang, maka dapat diambil kesimpulan bahwa video Company Profile sebagai media promosi telah dirancang dengan 6 tahapan MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yaitu : Pengonsepan, Perancangan, Pengumpulan Materi, Pembuatan, Pengujian, dan Distribusi.

1. Video Company Profile sebagai media promosi telah dikonsep dan dirancang dengan memulai dari tahap pengonsepan yang matang, pada tahap ini, tujuan, target audiens, dan konsep utama video ditentukan dengan jelas.
2. Setelah proses pembuatan video selesai, video company profile ini melalui tahap pengujian. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa semua element video, mencakupi audio, visual, dan interaktivitas berfungsi dengan baik dan sesuai dengan spesifikasi dan konsep yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya. Pengujian ini dilakukan menggunakan beta testing yaitu proses penilaian validasi yang dilakukan oleh ahli media.
3. Tahap akhir dari proses perancangan video company profile sebagai media promosi ini adalah distribusi video ke berbagai platform media sosial, Distribusi yang strategis memungkinkan video company profile ini menjangkau target audiens yang lebih luas, dan meningkatkan efektivitas video company profile sebagai media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aklani, S. A., & Galen, D. (2021). Perancangan dan Pengembangan Website Company Profile dan Sistem Pemesanan Melalui Chat Pada Mini Brown Cheese Cake (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>
- Chaeriyantama, F., & Demsi Dupri, M. (n.d.). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode Mdlc.
- Chandra, T., Helen, J., Francisco, L., & Aklani, A. (n.d.). Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro) Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Warung Nanikang Loklok. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Dewi, Y., Nugroho, P., & Rahmadianto, A. (2022). Perancangan Media Promosi Berbasis Videografi Untuk Lugo Coffee Di Tulungagung. In Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi (Vol. 3, Issue 1). Dkv.
- Herman, & Shella. (n.d.). Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro). <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Jurnal, E. L., & Sains, P.-I. (2021). Animasi 2D (Motion Graphic) Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Etika Profesi. 3(1), 2527–6336.

- Oliver Honarto, D., Dektisa, A. H., Malkisedek, M. H., Studi Desain Komunikasi Visual, P., Seni dan Desain, F., & Kristen Petra Surabaya, U. (n.d.). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Cv. Eureka Architect.
- Pranawansyah Akbar, F., & Nini Anggalih SPd, N. (n.d.). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Umkm Snack Ss Nganjuk. In *Junal Desgrafia* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Pratama, J., & Wasatan, S. (2021). Perancangan dan Pengembangan Konten Visual Pada Website UMKM Harum Snack & Cookies (Vol. 1, Issue 1).
- Puad, M., Baqi, A., Sedayu, R., & Haryanto, A. R. (n.d.). Media Video Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada Universitas Raharja. *MAVIB Journal*, 4(1), 2023.
- Setiyo Prihatmoko, M Syarif Husen, & Sumaryanto, S. (2024). Perancangan Animasi Iklan Digital Berbasis Motion Grafis Sebagai Penunjang Promosi Pada Permata Jaya Printing. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 17(1), 42–61. <https://doi.org/10.51903/pixel.v17i1.1902>
- Video, P., Sinematik, D., Perpaduan, T., Tradisional, K., Pada, K., Borobudur, C., Risandhy, R., & Wicaksana, W. P. (n.d.). *WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design)* Daftar Isi (Table Of Content).
- Wirawan, T. (2021). Perancangan Video Company Profile Café 89 Degrees Coffee & Roastery (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>