

**VIDEO PROFIL KOPERASI UNIT DESA KERTAJAYA KANDANGAN**

**Hafidz Arya Wijaya<sup>1</sup>, Pungky Febi Arifianto<sup>2</sup>, Widyasari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Arsitektur dan Desain/Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim

**Article History**

Received : 5-Juni-2024  
Revised : 17-Juni-2024  
Accepted : 05-Juli-2024  
Published : 06-Juli-2024

**Corresponding author\*:**

Hafidz Arya Wijaya

**Contact:**

[20052010002@student.upnjatim.ac.id](mailto:20052010002@student.upnjatim.ac.id)

**Cite This Article:**

Wijaya, H. A., Arifianto, P. F. ., & Widyasari, W. (2024). VIDEO PROFIL KOPERASI UNIT DESA KERTAJAYA KANDANGAN. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(04), 58–72.

**DOI:**

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i04.1273>

**Abstract:** *Cooperatives are a place to empower people to develop their potential in order to improve the quality of life and improve each other's prosperity. Like the Kertajaya Village Unit Cooperative which is a cooperative that produces abundant cow's milk of good quality. The Kertajaya Village Unit Cooperative has become a forum for local farmers to manage their livestock and dairy products. These advantages must be supported by good use of social media through various platforms such as YouTube, Instagram, Tiktok, and so on, so that they can be known by the wider community. After carrying out various methods to collect data such as observation, interviews, documentation, and data collection using questionnaires, so far the Kertajaya Village Unit Cooperative has not utilized social media properly in the form of photos or videos, so many people do not know the information about the Kertajaya Kandangan Village Unit Cooperative. Therefore, a video profile was created to help the cooperative introduce and provide unlimited information to the wider community. The reason for choosing a profile video is that profile video is one of the most appropriate media at the moment, because it can provide information via audio and is also usually supported by good visuals, so that it will be easier for the audience to digest the information that has been provided. The stages that need to be considered to make a profile video include pre-production, production and post-production. By creating this video profile, it is hoped that the company will be able to progress further by switching to the digital world, so that it can build a better economy*

**Keywords:** Profile Vide, Cooperative, KUD Kertajaya Kandangan

**Abstrak:** Koperasi menjadi tempat untuk memberdayakan masyarakat guna mengembangkan potensi yang mereka miliki agar dapat menaikkan kualitas hidup dan saling menyejahterakan satu sama lain. Seperti halnya Koperasi Unit Desa Kertajaya yang merupakan koperasi penghasil susu sapi yang melimpah dengan kualitas baik. Koperasi Unit Desa Kertajaya telah menjadi wadah bagi para peternak setempat untuk mengelola peternakan dan produk susu mereka. Keunggulan tersebut harus didukung dengan pemanfaatan media sosial yang baik melalui berbagai platform seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Setelah dilakukan berbagai cara untuk mengumpulkan data seperti observasi, wawancara, dokumentasi, dan pengumpulan data secara kuesioner, sejauh ini Koperasi Unit Desa Kertajaya belum memanfaatkan media sosial dengan baik berupa foto ataupun video, sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahui informasi mengenai Koperasi Unit Desa Kertajaya Kandangan. Oleh karena itu, dibuatlah video profil untuk membantu koperasi tersebut memperkenalkan dan memberikan informasi yang tidak terbatas kepada masyarakat luas. Alasan dipilihnya video profil yakni, video profil merupakan salah satu media yang paling tepat saat ini, karena dapat memberikan informasi melalui audio dan juga biasanya didukung dengan visual yang baik, sehingga audiens akan lebih mudah untuk mencerna informasi yang telah diberikan. Adapun tahap-tahap yang perlu diperhatikan untuk membuat video profil tersebut seperti pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan terciptanya video profil ini, Perusahaan diharapkan mampu untuk lebih maju dengan beralih ke dunia digital, agar dapat membangun perekonomian yang lebih baik lagi.

**Kata Kunci:** Video Profil, Koperasi, KUD Kertajaya Kandangan

**PENDAHULUAN**

Koperasi adalah satu organisasi yang didirikan oleh perorangan atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama dan keuntungan bersama. Koperasi Unit Desa Kertajaya merupakan sebuah Koperasi unit desa yang bergerak di bidang peternakan sapi dan merupakan koperasi yang khusus menangani tentang pengelolaan susu sapi, Koperasi Unit Desa Kertajaya berlokasi di Jl. Tambi No.45, Pandean, Kandangan, Kec. Kandangan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, Indonesia, Koperasi ini sudah berdiri sejak tahun 1979. Pada awalnya, tujuan koperasi ini didirikan adalah untuk memenuhi permintaan pasar kelas bawah yang ada di daerah sekitar koperasi tersebut. Selain itu, Koperasi ini diharapkan mampu untuk membantu masyarakat sekitar guna membangun perekonomian yang lebih baik melalui bidang peternakan sapi perah dan pengembangan produk susu. Bahkan menurut pihak pengelola langsung kabarnya Koperasi

Unit Desa Kertajaya ini sudah menggandeng beberapa perusahaan besar di atasnya yang bergerak di bidang yang sama.

Namun, ada beberapa kekurangan yang dimiliki oleh Koperasi Unit Desa Kertajaya ini, sangat disayangkan sekali bahwa koperasi sebesar ini, bahkan sudah menggandeng perusahaan besar ternyata belum memiliki informasi yang lengkap untuk memperkenalkan koperasi susu tersebut di media digital baik berupa foto ataupun video. Sehingga hal ini dapat menimbulkan ketidaktahuan masyarakat luar daerah bahkan masyarakat sekitar tentang keberadaan koperasi susu tersebut. Ada berbagai macam cara untuk menyelesaikan masalah tersebut yakni dengan beralih ke media digital ini, mulai dari pembuatan sosial media perusahaan, pembuatan konten, membangun brand perusahaan, sampai melakukan promosi secara online untuk memperkenalkan perusahaannya dan dapat menarik para investor. Sehingga dipilih media yang paling tepat yakni dengan pembuatan video profil perusahaan, dikarenakan video profil ini merupakan langkah awal yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan sebelum lebih lanjut membangun brand yang besar bagi perusahaan tersebut.

Dunia videografi dan Fotografi adalah sebuah media penyampaian yang menyenangkan, penuh daya tarik, menantang kreatifitas dan membantu kita dalam berkomunikasi dengan siapa saja (Junaedi, 2010). Video profil merupakan salah satu media Public Relation yang mempresentasikan sebuah perusahaan yang berisi gambaran-gambaran umum perusahaan, yang di kemas dalam bentuk media audio visual dengan tujuan bisa disampaikan secara terbuka kepada masyarakat (Pertwi & Zakariyya, 2023). Tentunya jika ingin dikenal publik melalui media sosial maka perusahaan tersebut pertama-tama harus memperkenalkan dirinya secara lengkap dengan menghadirkan video yang menarik, misalnya mencakup sejarah, visi misi, aktifitas yang dilakukan, sampai kerjasama yang telah oleh perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan menjadi daya tarik masyarakat dan Koperasi Unit Desa Kertajaya akan lebih dikenal lagi, bahkan dengan cara ini perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk mendatangkan calon client-client yang baru, sehingga dapat disimpulkan video profil merupakan salah satu sarana komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan termasuk produk dan jasa kepada masyarakat konsumen, kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait (Annashri & Putra, 2021). Adapun pemilihan penggunaan video ini telah didiskusikan dengan pihak Koperasi melalui kegiatan wawancara dan pihak Koperasi mendukung penuh perancangan Video Profil ini. Pemilihan video profil ini sangat sesuai dengan perkembangan teknologi masa kini karena informasi nya akan lebih mudah diakses sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam video tersebut dapat diterima dengan baik dan tersampaikan kepada target audience (Fahru Nurosyid et al., 2022). Hal ini juga tidak luput dengan peran media sosial, Media sosial mampu menambah keefektifan sebuah promosi dari perusahaan tersebut, karena di era saat ini social media adalah sesuatu yang paling populer disaat sekarang ini. Media sosial memiliki berbagai macam platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya. Setelah diteliti media yang cocok untuk video profil adalah platform YouTube. Perkembangan Koperasi Unit Desa Kertajaya kandungan yang diimbangi dengan perkembangan teknologi akan berdampak kepada kemajuan yang pesat, hal tersebut tentunya mendukung perkembangan perekonomian yang ada di masyarakat. Oleh karena itu pemerintah harus mendukung secara penuh dan terus-menerus pertumbuhan nasional di bidang ekonomi dengan pemanfaatan media digital, salah satunya dengan melakukan perancangan video profil bagi Koperasi Unit Desa Kertajaya kandungan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas. Dengan demikian masyarakat akan menjadi tahu dan mendapatkan banyak informasi mengenai Koperasi Unit Desa Kertajaya kandungan.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam Perancangan Video Profil Koperasi Unit Desa Kertajaya adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas (Iii, 2001). Alasan penulis /peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk memperoleh data yang benar-benar nyata karena berasal dari lapangan dan orang-orang yang terlibat didalamnya. Kemudian untuk teknik pengumpulan data pada perancangan ini dibagi menjadi 2, yakni teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder. Untuk teknik pengumpulan data primer penulis melakukan beberapa kegiatan di lapangan, seperti melakukan survei ke lapangan, mewawancarai pihak koperasi, mewawancarai pihak peternak, mewawancarai masyarakat daerah sekitar, melakukan dokumentasi dengan mengumpulkan foto-foto atau kondisi dipangan lapangan untuk menentukan blocking tempat serta sudut pengambilan gambar, bahkan sampai pada tahap pembuatan kuesioner, fungsi dari pembuatan kuesioner itu sendiri adalah untuk menggali lebih dalam permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Unit Desa Kertajaya Kandangan.

Selanjutnya adalah teknik pengumpulan data sekunder, pada tahap ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melalui perantara informasi yang diberikan dari buku dan jurnal lain yang masih bersangkutan dengan perancangan yang dibuat oleh penulis.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil dari pengambilan data kualitatif dan dibahas mengenai tahap-tahap yang harus dilakukan untuk membuat sebuah video profil yang menarik dan baik.

Hasil Observasi dan Dokumentasi



Gambar 1 Pencarian Pakan Sapi  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kegiatan pertama yang penulis amati adalah pada saat para peternak mencari pakan sapi berupa rumput di kebun yang berada di sekitar lokasi kandang sapi dan proses distribusi peletakan pakan menuju kandang sapi. Jenis rumput yang disukai oleh sapi perah adalah jenis rumput gajah, para peternak biasanya dalam sehari memerlukan rumput gajah sebanyak 50 kg/kandang, dalam pencarian pupuk sendiri para peternak biasanya melakukan dua kali pengangkutan menuju kandang, rumput-rumput tersebut diangkut dengan kendaraan bermotor yang sudah dimodifikasi sehingga mampu membawa rumput sebanyak mungkin dan juga mampu melewati medan-medan yang menanjak.



Gambar 2 Kondisi Kandang Sapi  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kemudian dilanjutkan dengan pengamatan kandang, ternyata kandang sapi yang menjadi bagian dari Koperasi Unit Desa Kertajaya terpisah dan tersebar di wilayah desa Medowo Kandangan, setiap kandang memiliki jumlah ekor sapi yang berbeda-beda, mulai dari 20 ekor sampai 40 ekor sapi. Fungsi dari kandang sapi sendiri selain menjadi tempat bagi para sapi juga menjadi tempat untuk penyedia stok makanan baik itu rumput maupun katul



Gambar 3 Tempat Penampungan Susu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Penulis juga mengunjungi Pos Penampungan Susu atau PPS. Jumlah PPS yang berada di desa medowo sendiri terdapat belasan PPS, hal tersebut dimaksudkan untuk mempermudah para peternak pembawa hasil susu perah mereka ke tempat yang terdekat. Terdapat banyak wadah penampung susu yang terbuat dari stainless steel atau aluminium untuk melindungi susu dari bakteri-bakteri yang akan masuk ke dalam susu.



Gambar 4 Alat Di Pos Penampungan Susu  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Pos Penampungan Susu sendiri memiliki beberapa alat untuk pengolahan susu sementara, seperti alat untuk menyaring susu, alat penakar susu, dan alat untuk mendinginkan susu hingga mencapai suhu 3° Celcius. Fungsi dari pendinginan susu ini adalah untuk menjaga susu agar tetap stabil dan tidak mudah basi.



Gambar 5 Kondisi Kantor Koperasi Unit Desa Kertajaya Kandangan  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Berpindah ke kantor Koperasi Susu Koperasi Unit Desa Kertajaya Kandangan, lokasi ini dibagi menjadi 3 tempat sesuai fungsinya yakni laboratorium, tempat penyimpanan pakan (katul), dan kantor administrasi. Untuk jumlah karyawan sendiri menurut Pak Budi ada sekitar 46 karyawan, 20 karyawan diantaranya berada di kantor dan 26 karyawan lainnya berada di lapangan



Gambar 6 Laboratorium Koperasi Unit Desa Kertajaya  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kemudian penulis melanjutkan pengamatan ke ruang laboratorium yang ada di Koperasi Unit Desa Kertajaya. Alat yang tersedia di laboratorium ini cukup lengkap sudah menggunakan mesin-mesin canggih untuk melakukan tes pada produk susu murni. Kegunaan dari laboratorium ini sebenarnya adalah mengukur tingkat campuran air yang ada di dalam susu, susu yang baik kandungan airnya adalah tidak lebih dari 12%, jika susu tersebut lolos dari uji laboratorium tersebut maka dianggap layak untuk dikirimkan kepada perusahaan-perusahaan besar dan juga UMKM.

## Hasil Wawancara

### a. Wawancara dengan Pihak Koperasi



Gambar 7 Wawancara Dengan Pihak Koperasi  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Koperasi Susu Koperasi Unit Desa Kertajaya sudah berdiri sejak lama sekitar 30 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 1979. Koperasi ini telah menjadi ujung tombak perekonomian masyarakat setempat, dikarenakan hampir seluruh masyarakatnya bekerja sebagai peternak sapi perah. Koperasi Unit Desa Kertajaya sendiri sudah bekerjasama dengan perusahaan besar seperti PT Nestle Indonesia, namun juga melayani kebutuhan UMKM yang membutuhkan produk susu sapi. Produk susu yang dihasilkan oleh Koperasi Unit Desa Kertajaya telah diakui karena memiliki kualitas yang baik serta selalu di cek kadar kandungan dalam susunya melalui tes laboratorium.

### b. Wawancara dengan Peternak



Gambar 8 Wawancara Dengan Para Peternak  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Hasil dari wawancara oleh para peternak susu sapi perah, didapatkan hasil bahwa pemerahan susu dapat dilakukan dua kali dalam sehari yakni pada pagi hari pukul 04.30 dan sore hari pada pukul 03.00. Begitupun untuk penyetoran susu juga dilakukan 2 kali, pagi pukul 06.00 - 07.00 dan sore pukul 15.30 - 16.30. Berbicara mengenai pakan sapi, terdapat dua jenis pakan yakni rumput dan katul, serta pada pemeliharaan kesehatan sapi rutin dilakukan pemberian vitamin minimal sebulan sekali.

### c. Wawancara dengan Masyarakat Daerah Sekitar



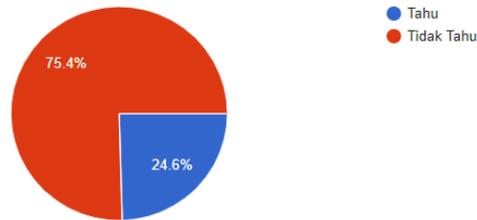
Gambar 9 Wawancara Dengan Masyarakat  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

### 3. Hasil Kuesioner

a. Dapat dilihat dari data kuesioner tersebut sebagian besar responden belum mengetahui segala informasi apapun yang berkaitan dengan Koperasi Unit Desa Kertajaya, mulai dari lokasi Koperasi Unit Desa Kertajaya, koperasi yang bergerak dalam bidang apa, dan juga informasi-informasi yang lainnya.

Apa kamu tahu mengenai informasi Koperasi Susu KUD Kertajaya?

57 responses

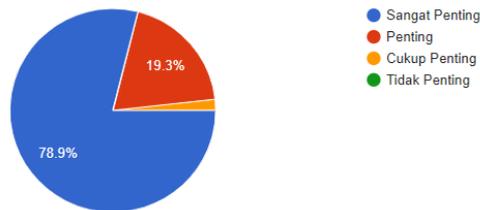


Gambar 10 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

b. Data yang diperoleh dari para responden menyatakan bahwa pembuatan video profil bagi Koperasi Unit Desa Kertajaya dianggap penting bahkan sangat penting sebagai media promosi dan sarana peralihan ke digitalisasi.

Menurutmu seberapa penting pembuatan video profil perusahaan sebagai media promosi?

57 responses



Gambar 11 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

c. Seluruh responden menyetujui apabila Koperasi Susu Koperasi Unit Desa Kertajaya dibuatkan Video Profil dikarenakan Koperasi Unit Desa Kertajaya belum memiliki video profil yang mampu memperkenalkan koperasinya.

Setujukah kamu apabila Koperasi Susu KUD Kertajaya dibuatkan video profil?

57 responses

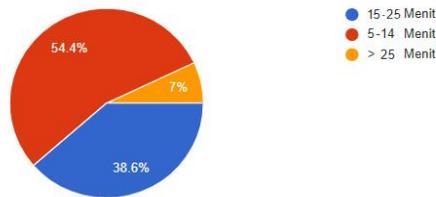


Gambar 12 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

d. Berbicara mengenai durasi yang efektif bagi pembuatan video profil sebagian besar responden memilih durasi video 5-14 menit, kemudian disusul dengan durasi 15-25 menit.

Menurutmu berapakah durasi yang efektif bagi pembuatan video profil agar tidak membosankan untuk ditonton?

57 responses

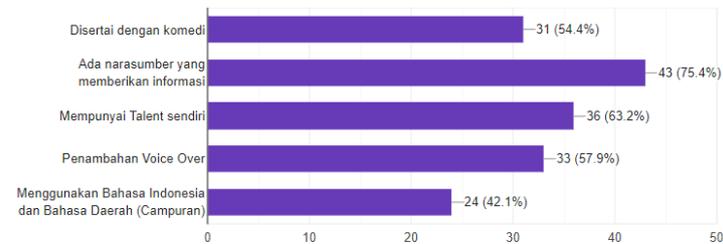


Gambar 13 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

e. Kemudian mengenai konsep video yang menarik, kebanyakan responden memilih konsep video dengan narasumber yang memberikan informasi, kemudian adanya talent Blantik tersendiri, serta penambahan voice over.

Konsep video seperti apa yang menarik menurutmu? (Minimal pilih 3 item)

57 responses

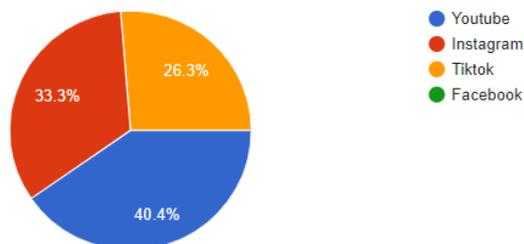


Gambar 14 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

f. Ada beberapa pilihan bagi platform media sosial untuk mendukung video profil Koperasi Unit Desa Kertajaya. Data yang diperoleh dari kuesioner ini adalah sebagian besar para responden memilih platform YouTube, kemudian disusul dengan Instagram, dan Tiktok.

Platform media sosial apa yang cocok bagi video profil perusahaan?

57 responses



Gambar 15 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

g. Penulis juga ingin mengetahui informasi mengenai apa yang diinginkan oleh para responden dari Video Profil Koperasi Unit Desa Kertajaya. Maka didapatkan data, sebagian besar responden ingin mengetahui

informasi teknik pengolahan susu, kemudian informasi mengenai pengujian kadar kandungan dalam susu, dan informasi mengenai perawatan sapi perah.

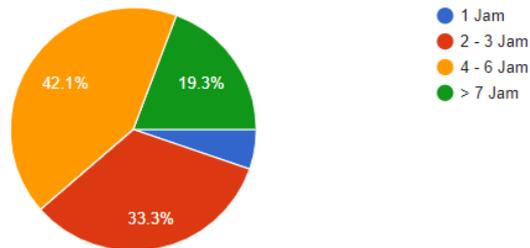


Gambar 16 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

h. Rata-rata para responden sebagian besar menghabiskan waktu bermain sosial selama 4 - 5 jam, hal tersebut merupakan waktu yang cukup lama, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden ketergantungan terhadap media sosial.

Dalam satu hari berapa lama kamu bermain sosial media?

57 responses

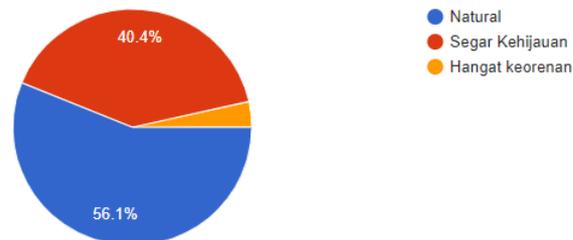


Gambar 17 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

i. Pada perancangan pembuatan video profil hal yang penting adalah menentukan color grading yang akan dipakai nantinya. Sebagian besar responden memilih warna yang natural, kemudian disusul pada warna segar kehijauan.

Color Grading/Warna seperti apa yang menarik dalam video?

57 responses



Gambar 18 Hasil Kuesioner, 2023  
(Sumber : Data Pribadi)

### Tahap Pembuatan Video Profil

Video profil ini dianggap efektif sebagai media informasi untuk potensi suatu produk karena dapat menampilkan informasi lebih nyata. (Apriliani et al., 2019). Untuk membuat sebuah video profil diperlukan perencanaan yang matang dan dibagi menjadi beberapa tahap dalam pembuatannya, antara lain :

#### a. Pra Produksi

Merupakan kegiatan pertama yang dilakukan dalam pembuatan video, kegiatannya bisa meliputi, pencarian ide, penyusunan konsep, pembuatan storyboard, hingga pada saat pengambilan gambar atau shoot.

##### 1) Ide



Gambar 19 Ide

(Sumber : <https://shorturl.at/pBJRY>, diakses pada 27 Juli 2020)

Ide dari pembuatan video profil KUD Kertajaya ini sebenarnya penulis sendiri adalah seorang penyuka susu sapi murni, dan kemudian ada salah satu koperasi susu yang ada di wilayah terdekat dengan nama KUD Kertajaya, namun menulis sendiri belum mengetahui koperasi tersebut karena belum cukup terkenal, sehingga penulis mencari info dan mendatangi langsung ke tempat koperasi tersebut berada. Ternyata tempat tersebut cukup luas dan besar sebagai tempat penadahan susu dan peternakan sapi perah, oleh karena itu muncullah ide dari penulis yakni akan membuat video profil sebagai promosi KUD Kertajaya agar lebih dikenal oleh khalayak umum.

##### 2) Penyusunan Konsep

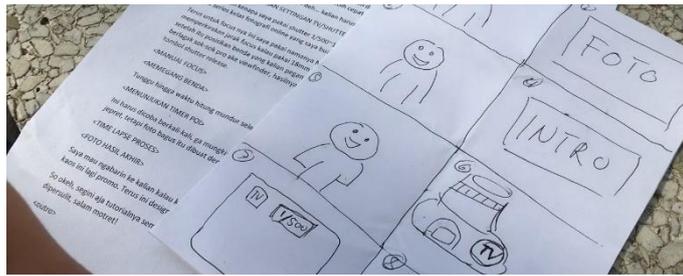


Gambar 20 Penyusunan Konsep

(Sumber : <https://shorturl.at/ENRU5>, diakses pada 2024)

Langkah penting dalam proses pembuatan video berikutnya adalah membuat konsep. Pada tahap ini, produser ataupun tim kreatif akan berdiskusi dengan klien atau narasumber untuk memahami kebutuhan dan tujuan video yang ingin dibuat. Setelah itu, mereka akan mengembangkan konsep video yang mencakup elemen-elemen seperti alur cerita, gaya visual, konsep video, dan lain-lain. Konsep ini akan disampaikan kepada klien untuk mendapatkan persetujuan sebelum melanjutkan ke tahap produksi selanjutnya.

### 3) Storyboard



Gambar 21 *Storyboard*  
(Sumber : <https://shorturl.at/zHJK9>, diakses pada 27 Mei 2017)

Storyboard sendiri merupakan sketsa gambar yang mempunyai urutan dan sangat berurutan sesuai dengan jalan cerita dan berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan ke dalam bentuk visual. Menurut Efendy, storyboard merupakan rekayasa adegan pada suatu cerita yang dibuat dalam bentuk gambar tangan manual ataupun gambar digital yang dilengkapi dengan tulisan, waktu, narasi, dan musik yang dipakai serta durasi yang diperlukan

### 4) Pengambilan Gambar/Shot

Ada beberapa tipe dan teknik dalam pengambilan shoot, meliputi Extreme Wide Shot (EWS), Very Wide Shot (VWS), Wide Shot (WS), Mid Shot (MS), Medium Close Up (MCU), Close Up (CU), Extreme Close Up (ECU/XCU), Cut-In (CI), Cutway (CA), Two Shot (TA), Over The Shoulder Shot (OSS), Noddy Shot, Point-of-View Shot (POV), Weather Shot.



Gambar 22 Pengambilan Gambar/Shot  
(Sumber : <https://shorturl.at/frGOQ>, diakses pada 4 Mei 2023)

### b. Produksi

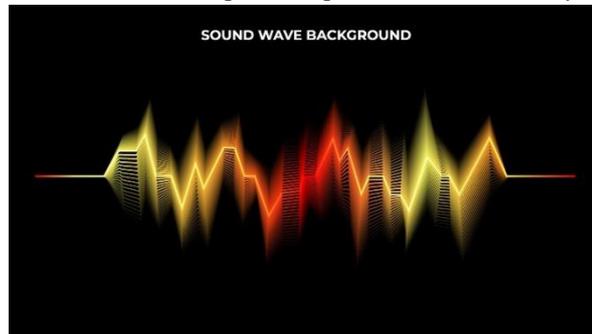


Gambar 23 Produksi  
(Sumber : <https://shorturl.at/ghIOY>, diakses pada 10 Maret 2023)

Untuk tahap produksi sendiri merupakan tahap editing, dimana seluruh file dari shoot akan dikumpulkan dan dipilah, kemudian dimasukkan kedalam software editing seperti Adobe Premier Pro, didalam proses editing terdapat beberapa tahap seperti, pemilihan backsound, pemilahan footage, penyusunan footage video, pemberian effect video, pemberian sound effect, rendering, dan revisi.

### 1) Pemilihan Backsound

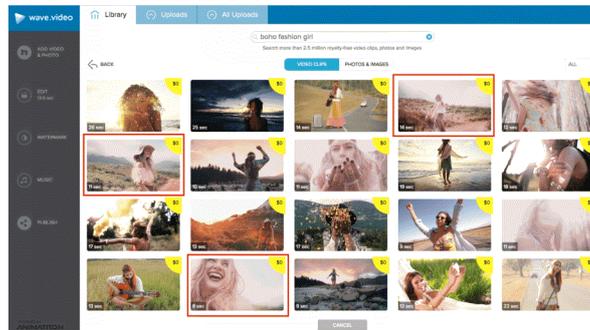
Penggunaan backsound harus disesuaikan dengan tema video yang dibuat agar gambar (visual) dan suara yang ditayangkan selaras dan dapat menarik minat penonton. Ketika penonton tertarik dengan video yang ditayangkan, maka pesan dari video akan sampai ke penonton dengan mudah. Tak hanya digunakan dalam tayangan televisi, film, maupun video di media sosial. Musik atau instrumen dalam video yang ditayangkan mempermudah informasi yang ingin disampaikan ke masyarakat melalui daya tariknya. Maka dari itu, penggunaan backsound tak akan pernah lepas dari konten visual yang ditayangkan.



Gambar 24 Pemilihan Backsound  
(Sumber : <https://shorturl.at/aoAN3>, diakses pada 2023)

Sama dengan backsound yang akan penulis gunakan untuk dijadikan musik pengantar dalam video profil Koperasi Unit Desa Kertajaya, penulis akan menggunakan beberapa backsound untuk mendukung suasana yang ada di dalam video, seperti backsound yang energic, motivasi, alam, tradisional, dan lain sebagainya.

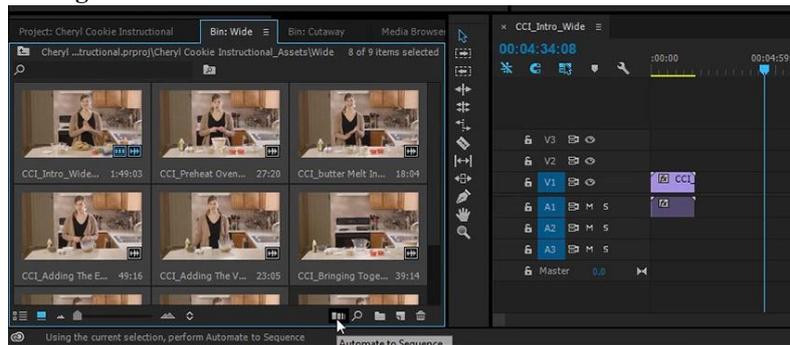
### 2) Pemilihan Footage



Gambar 25 Pemilihan Footage Video  
(Sumber : <https://shorturl.at/cpvJU> , diakses pada tahun 2022)

Footage merupakan potongan rekaman video mentah hasil rekaman yang bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan. Footage berdurasi beberapa detik saja dan pasti memiliki tema. Untuk pemilihan footage sendiri menurut penulis footage yang bagus adalah footage yang memiliki komposisi pengambilan objek yang benar, tidak blur / objek terlihat fokus, kualitas dan hasil rekaman memiliki resolusi yang, dan yang terpenting adalah video/footage tersebut tidak goyang/shaky. Itulah butir video yang akan dipakai oleh para tim produksi di dapur editor.

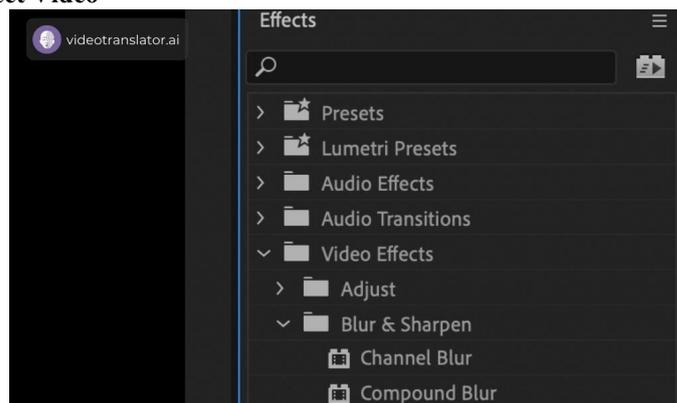
### 3) Penyusunan Footage



Gambar 26 Penyusunan Footage Video  
(Sumber : <https://shorturl.at/svyz8>, diakses pada 8 November 2016)

Selanjutnya adalah proses penyusunan footage video, dalam tahap ini penulis akan menyusun satu persatu footage yang telah dipilah, penulis meletakkan semua footage ke dalam project yang ada di Adobe Premiere Pro, dalam tahap ini hal yang harus dilakukan adalah menyusun footage sesuai dengan konsep dan storyboard yang telah dibuat, kemudian tim editor harus memperhatikan durasi yang telah ditetapkan oleh konsep awal karena sering terjadi durasi video jika sudah memasuki tahap editing akan melebihi durasi yang telah ditentukan.

### 4) Pemberian Effect Video



Gambar 27 Pemberian Effect Video  
(Sumber : <https://shorturl.at/nuyGO>, diakses pada 6 September 2021)

Pemberian efek video merupakan tahap pendukung untuk membuat video menjadi menarik lagi dengan disertai efek-efek yang telah disediakan oleh Adobe Premiere Pro itu sendiri ataupun ingin mencari effect-effect yang keren melalui penjualan yang ada di website.

### 5) Pemberian Sound Effect

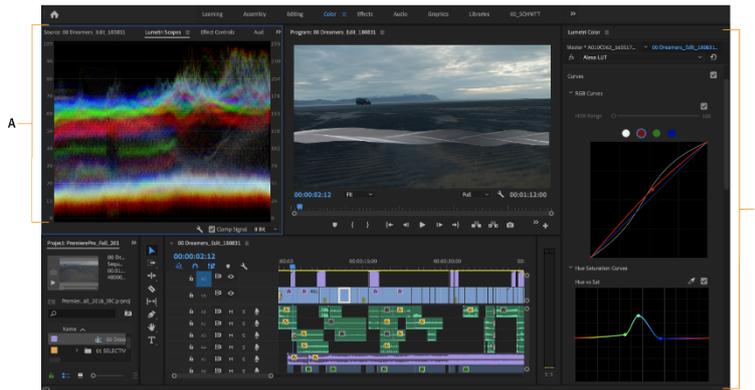


Gambar 28 Pemberian Sound Effect Video  
(Sumber : <https://shorturl.at/BDQZ8>, diakses pada 21 Februari 2023)

Pemberian sound effect ini hampir sama dengan pemberian backsound pada video, namun tetap ada perbedaan di keduanya, sound effect sendiri menggunakan durasi yang lebih pendek dibandingkan penggunaan backsound, biasanya sound effect ini untuk mendukung suasana yang terjadi di dalam video, mungkin pada saat pagi hari ada kicauan burung suara angin dan lain sebagainya, sehingga sound effect ini akan membuat video yang kita buat menjadi lebih hidup lagi.

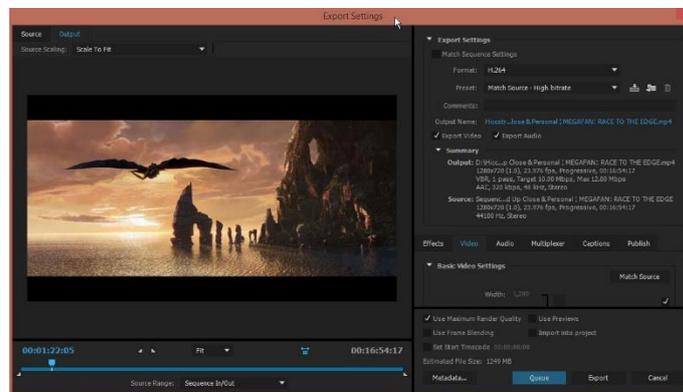
### 6) Color Grading

Color grading merupakan proses mengubah warna baik pada media foto maupun video. Proses koreksi warna ini bisa dilakukan dengan banyak cara, mulai dari shot matching, shape mask, removing object, dan lain-lain. Dalam melakukan koreksi atau manipulasi warna, foto dan video yang akan diedit harus memiliki kualitas yang tinggi. Hal tersebut bertujuan agar hasil foto dan video yang diedit memiliki resolusi yang tinggi.



Gambar 29 Color Grading Adobe Premier Pro  
(Sumber : <https://rb.gy/e9gicm>, diakses pada 24 Mei 2023)

### 7) Rendering



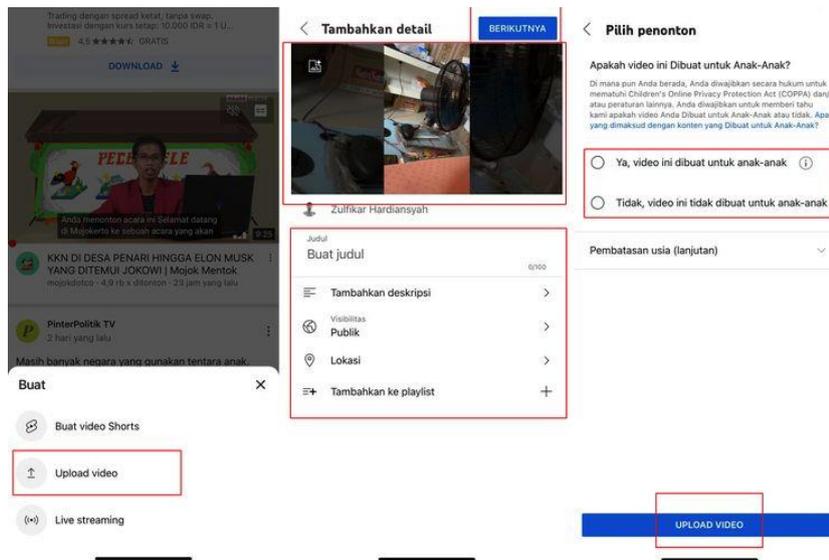
Gambar 30 Rendering Video Adobe Premier Pro  
(Sumber : <https://rb.gy/dz0zdp>, diakses pada 24 Agustus 2017)

Rendering adalah proses menggabungkan hasil editan berupa foto, video, audio, teks, dan objek lainnya. Proses rendering adalah langkah menggabungkan seluruh objek menjadi sebuah kesatuan yang utuh. Rendering adalah proses akhir dari membuat sebuah grafis. Hasil dari rendering adalah output yang bisa dinikmati.

### c. Pasca Produksi

Pada tahap ini video sudah disiapkan dan selesai, sehingga tinggal memperlihatkan kepada public dengan cara memposting video ke berbagai platform social media. Kesiapan yang matang dapat menghasilkan sebuah video profil sesuai dengan keperluan (Rimayanti et al., 2019). Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuat video profil mulai dari menyampaikan pesan yang tepat dengan menggunakan berbagai peralatan untuk produksi seperti kamera, sound, lighting dan editing yang baik

maka dapat membantu mempromosikan berbagai informasi yang sesuai dengan target audiens. Kesalahan dalam menyampaikan pesan yang tidak tepat dapat membuat komunikasi tidak efektif.



Gambar 31 Pasca Produksi  
(Sumber : <https://rb.gy/0j7rmg>, diakses pada 23 Mei 2022)

## KESIMPULAN

Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diperoleh melalui perancangan video profil Koperasi Unit Desa Kertajaya setelah ditemukan berbagai permasalahan yang menyangkut koperasi tersebut melalui pengumpulan data dan berbagai analisis seperti observasi, wawancara, dan pengumpulan data kuesioner. Koperasi Unit Desa Kertajaya Kandangan ini sebenarnya merupakan koperasi susu terbesar di daerahnya, bahkan sudah menggandeng perusahaan besar yang bergerak di bidang yang sama. Koperasi ini diharapkan mampu untuk membantu masyarakat guna membangun perekonomian yang lebih baik lagi melalui bidang peternakan sapi perah. Namun selama ini, kekurangan yang dimiliki oleh Koperasi Unit Desa Kertajaya adalah tidak memiliki informasi yang lengkap menyangkut perusahaannya di media digital baik berupa foto ataupun video, sehingga akan menimbulkan ketidaktahuan masyarakat terhadap koperasi tersebut. Oleh karena itu, jika Koperasi ini memiliki video profil yang baik maka permasalahan-permasalahan tersebut dapat diatasi, karena kekuatan dari pemanfaatan media sosial sangatlah luar biasa, Media sosial mampu menambah keefektifan promosi ataupun pengenalan perusahaan tersebut.

Media sosial memiliki berbagai macam platform seperti YouTube, Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya. Video profil perusahaan berperan sangat penting karena merupakan langkah awal yang harus dimiliki perusahaan sebelum membangun brand yang besar. Adapun tahap-tahap yang perlu diperhatikan pada saat membuat video profil diantaranya adalah tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi, semua tahapan tersebut harus dilakukan dengan semaksimal mungkin agar dapat menghasilkan video yang menarik dan memiliki kualitas baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annashri, R., & Putra, S. J. (2021). Perancangan Media Video Company Profile “LPK Logika Internasional.” JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 2(4), 190–198. <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i4.115>
- [2] Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- [3] Fahru Nurosyid, Imanuel, M., Patria, A. A., Annas, A., Awalumuttaqin, I. H., Sari, L. K., Fadhilah, M. A. F. N., Yusa, R. R. P., Kusumaningrum, R. N., & Safira, S. B. (2022). Pembuatan Video Profil

- Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 215–221. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.48>
- [4] Iii, B. A. B. (2001). Bab iii metodologi perancangan 3.1. 14–23.
- [5] Pertiwi, Z. R., & Zakariyya, A. (2023). Video Profil Kopkar “Seruni” Dengan Metode Kualitatif Sebagai Edukasi Untuk Kemajuan Koperasi Karyawan. *Router: Jurnal Teknik Informatika Dan ...*, 1(2). <https://journal.aptii.or.id/index.php/Router/article/view/5%0Ahttps://journal.aptii.or.id/index.php/Router/article/download/5/5>
- [6] Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *It Journal Research and Development*, 3(2), 84–95. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499)