

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE OKSIGEN COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Muhammad Azmansyah¹, Victor Asih², Tiara Khodijah³, Suhadi Parman⁴

^{1,3,4}Desain Komunikasi Visual, ²Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Informasi,
Universitas Catur Insan Cendekia
Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133
e-mail: muhammad.azmansyah.dkv.20@cic.ac.id¹, victor.asih@cic.ac.id², tiara.khodijah@cic.ac.id³,
suhadi.parman@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Oksigen Coffee merupakan *coffee shop* yang tergolong memiliki pertumbuhan yang pesat, sejak didirikan pada tahun 2020 kini pada tahun 2024 kafe ini sudah menambah cabang barunya pada kota lain yaitu Indramayu. Kafe ini juga memiliki mesin untuk mengolah biji kopinya sendiri bahkan sudah menjual biji kopi ini secara *online* dan *offline*. Dengan pesatnya perkembangan ini Oksigen kopi masih belum memiliki *video company profile* sehingga sulit untuk memberitahukan pada masyarakat luas mengenai informasi yang ada pada oksigen. Pada perancangan ini penulis menggunakan metode Villamil Molina yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu *Development, Pre-Production, Production, Post Production and Delivery*. Dalam pembuatan *video company profile* penulis menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2020. Hasil dari penelitian ini dalam pengujian Alfa dan Beta pada tahapan metode Villamil Molina bahwa *video company profile* sudah layak dipublikasikan dan teruji baik dari visual maupun audionya. Penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan *video company profile* agar Oksigen Coffee memiliki visualisasi video perusahaannya sebagai sarana promosi dan memberikan informasi pengetahuan kepada masyarakat mengenai Oksigen baik dari tempat dan bisnisnya.

Kata kunci: Video Company Profile, Video, Promosi, Coffee Shop, Villamil-Molina

ABSTRACT

Oksigen Coffee is a coffee shop that has experienced rapid growth since its establishment in 2020. By 2024, the cafe has already opened a new branch in another city, Indramayu. This cafe also has its own coffee bean processing machine and sells these coffee beans both online and offline. Despite this rapid development, Oksigen Coffee still lacks a company profile video, making it difficult to inform the wider public about Oksigen. In this design, the author uses the Villamil Molina method, which consists of several stages: Development, Pre-Production, Production, Post-Production, and Delivery. In creating the company profile video, the author uses Adobe Premiere Pro CC 2020. The results of this research, through Alpha and Beta testing in the Villamil Molina method stages, indicate that the company profile video is suitable for publication and has been tested well in both visuals and audio. This research aims to design a company profile video so that Oksigen Coffee has a visual representation of the company as a promotional tool and provides the public with information about Oksigen, including its locations and business.

Keywords: Company Profile Video, Video, Promotion, Coffee Shop, Villamil-Molina.

1. PENDAHULUAN

Saat ini, kopi menjadi daya tarik besar bagi para pebisnis karena tingginya minat masyarakat yang seolah menjadikannya bagian penting dari keseharian. Hal ini membuat bisnis *coffee shop* menjadi salah satu tren yang berkembang pesat di Indonesia, dengan semakin banyak usaha baru bermunculan untuk meramaikan industri ini.

Salah satu contoh adalah Oksigen Coffee, yang berlokasi di Jalan DR. Sutomo No.31, Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat. Oksigen Coffee telah beroperasi sejak 3 Juli 2020 dan menjadi destinasi populer bagi kaum muda maupun dewasa di pusat Kota Cirebon. Sejak berdiri pada tahun 2020, Oksigen Coffee berkembang pesat. Pada tahun 2024, mereka telah membuka cabang baru di Indramayu. Selain menyajikan kopi, kafe ini juga memiliki mesin pengolah biji kopi sendiri dan menjualnya secara *online* maupun *offline*. Dalam hal promosi, Oksigen Coffee menggunakan platform Instagram, terutama konten video seperti *reels* yang terbukti menghasilkan interaksi lebih tinggi dibandingkan foto.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik dan tim *brand* strategis, Oksigen Coffee secara rutin menggunakan iklan di Instagram *Ads* untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, hingga saat ini, mereka belum memiliki video profil perusahaan. Pemilik Oksigen Coffee menyadari pentingnya video *company profile* untuk memperkenalkan bisnisnya kepada masyarakat luas. Meskipun cukup populer di Cirebon, masih ada sebagian masyarakat yang belum *familiar* dengan Oksigen Coffee, terutama mengenai fasilitas yang ditawarkan. Dengan rencana membuka lebih banyak cabang, termasuk di Indramayu yang memiliki karakter masyarakat berbeda, visualisasi profil perusahaan dalam bentuk video semakin dibutuhkan sebagai sarana informasi, baik bagi masyarakat maupun calon investor. Proses perancangan video *company profile* ini berfokus pada mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan masyarakat dan perusahaan.

Untuk mendapatkan data yang akurat, Muslim, Iriani, & Rachmawati (2023) menyarankan wawancara dengan pemilik usaha untuk memahami visi perusahaan. Analisis bisa dimulai dengan mendeskripsikan bentuk dan struktur perusahaan secara keseluruhan. Video *company profile* adalah media inovatif yang efektif untuk menyampaikan informasi (Permana, 2017). Video ini bisa digunakan untuk promosi perusahaan, seperti dalam kasus Oksigen Coffee, guna memperkenalkan bisnisnya kepada masyarakat luas. Dengan demikian, tujuan dari pembuatan video *company profile* ini adalah untuk memberikan visualisasi yang jelas mengenai Oksigen Coffee dan mempromosikan fasilitas serta bisnis mereka kepada masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penulis akan merancang video *company profile* pada kafe Oksigen Coffee dengan membuat *storyboard* ataupun *photoboard* dan Video *video company profile*. Untuk media pendukungnya adalah membuat *catalog product*. Perancangan ini menggunakan metode Villamil Molina. Dengan urutan proses *Development, Pre-Production, Production, Post Production, Delivery*.



Gambar 1. Metode Villamil Molina
Sumber: (Utomo, 2020)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Development

Pada tahapan ini yang dapat dihasilkan adalah mengenai konsep perancangan. Adapun beberapa konsep perancangan di antaranya sebagai berikut:

1. Konsep Perancangan

Dalam konsep perancangan ini memiliki tema lingkungan yang hijau akan membuat suasana nyaman dan simpel. Estetika dan gaya visual ini terdiri dari pengambilan gambar *medium shot, close up, extreme close up, extreme long shot, long shot* dan *camera movement*, tipografi dengan *font sans serif*. Citra visual yang ditonjolkan adalah Oksigen yang ramah akan lingkungan konsep tempatnya dengan banyak pepohonan di tengah kota, kopi yang enak.

2. Konsep Media

Adapun konsep media seperti tujuan dalam video *company profile* ini diharapkan seluruh masyarakat Cirebon dan masyarakat luas mengetahui informasi yang ada dalam Oksigen terkait *product knowledge*, tempat dan lokasi, pelayanan, dan bisnisnya dan pesan yang ingin disampaikan adalah Oksigen memiliki tempat yang teduh untuk bertumbuh dan berkomitmen sebagai *coffee shop* yang sangat memperhatikan cita rasa yang akan disajikan.

3.2. Pre-Production

1. Kerabat Kerja Produksi

Tabel 1. Kerabat Kerja Produksi
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Jobdesk	Nama
Script Writer	Muhammad Azmansyah
Director	Muhammad Azmansyah
Pilot Drone	Yahya Aladdin
Art Director	Ridwan Abdul Malik & Deni Apriyanto
D.O.P	Tito Priyanto
Campers	Addin & Tito Priyanto
Gaffer	Ghifa Raya Al Kautsar Maolana
Sound Designer	Rizki Achmad
Behind The Scene	Muhamad Dzikir Romadhon
Editor	Muhammad Azmansyah

2. Storyline

Tabel 2. Storyline
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Scene	Script Video	Script Audio	Durasi
Kejaksaaan dan Kartini	Drone: Ambil daerah Cirebon pada Alun-alun kejaksaaan dan Jalan kartini	VO: “Cirebon menjadi tempat awal berkembangnya perusahaan kami, tepat pada tahun 2020 di Jalan Sutomo, Kota Cirebon.”	9’
Oksigen Cirebon	Drone: Pengambilan gambar, mengenai gedung oksigen coffee.	VO: “Kami memiliki konsep tropikal di tengah kota, teduhnya suasana yang terinspirasi oleh keindahan destinasi tropis yang rimbun.”	9’
Oksigen	Kamera: Pengambilan	VO: “Kami menggiling biji	20’

Cirebon	gambar, mengenai kegiatan roastery oksigen. <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengambilan biji kopi yang mentah lalu dibawa ke tempat pemanggangan 2. Guyurkan biji kopi ke tempat pemanggangan 3. Proses pemanggangan kopi. 4. Mencium aroma kopi yang sudah matang 	kopi dengan presisi dan dengan penuh rasa hati-hati. Aroma yang harum akan muncul saat biji kopi berubah menjadi kecokelatan yang sempurna. Kami menjaga konsistensi dan kualitas cita rasa yang optimal.”	
Oksigen Cirebon	Kamera: Pengambilan gambar, customer yang akan membeli kopi dan disambut dengan barista yang sangat ramah. Pengambilan proses pembuatan kopi.	VO: “Kami tidak hanya mengutamakan kualitas kopi, tetapi juga menciptakan ruang yang nyaman dan ramah bagi para pengunjung.”	9’
Oksigen Cirebon	Kamera: Pengambilan gambar, mengenai desain interior oksigen coffee. Seseorang yang sedang nongkrong dengan meminum kopi dan berbincang dengan temannya dengan riuh dan gembira.	VO: “Desain interior kami menggabungkan sentuhan modern dengan nuansa hangat, menciptakan suasana yang ideal untuk bersantai, bekerja, atau bersosialisasi. Kami percaya bahwa kafe adalah tempat di mana cerita terbentuk, persahabatan terjalin, dan inspirasi dapat berkembang.”	20’
Bunderan Kijng dan Oksigen Indramayu	Drone: Ambil daerah Indramayu pada bagian bunderan kijang dan gedung oksigen.	VO: “Tepat pada 2024 kami memiliki cabang baru pada Kota Indramayu tepat di Jalan Gatot Subroto.”	8’
	Kamera: Pengambilan gambar, makanan, proses kopi dan pelayanannya. Barista mengucapkan selamat datang pada pengunjung.	VO: “Kami menjamin kualitas kopi, makanan, dan pelayanan yang ramah di setiap cabangnya.”	7’
	Kamera: Pengambilan gambar, dengan seseorang yang berseragam rapih sedang mengobrol berdua, ada juga seseorang yang sedang fokus memainkan laptop dan tabnya.	VO: “Kami mengundang Anda sebagai investor untuk bergabung dimana impian dan kesempatan bertemu, kita dapat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan dan mencapai kesuksesan. Jangan lewatkan kesempatan ini	19’

		untuk menjadi bagian dari perjalanan kami”	
	Muncul logo oksidasi dari redup ke terang		5'

3. Peralatan

Adapun peralatan yang dibutuhkan sebagai berikut:

Tabel 3. Peralatan

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Kamera Fuji Film Xt 200
Lensa fix canon dan kit fuji film
Lighting godox L5100
Gimbal/Stabilizer Zhiyun Weebil S
Drone Dji Spark
Tripod Takara 196a

4. Lokasi

Produksi ini akan berlokasi di Cirebon dan Indramayu tepatnya pada tempat Oksigen, alun-alun kejaksaan, jalan kartini dan bundaran kijang.

5. Artis/Aktor/Modeling

Talent yang terlibat adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Talent

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Nama Talent	Pemeran
Iqbal Mubarak	Customer
Elma Nanda Maharani	Customer
Bilal Dewansyah	Customer
Muhammad Dinu Pelita Putra	Customer
Muhammad Aditya Ihsan Sidik	Customer
Allifah Nurbaeti	Customer
Lutfi Bayu Ilmawan	Barista

6. Jadwal Shooting

Untuk Jadwal Shooting akan dilaksanakan pada tanggal 13, 14 dan 24 Juni 2024.

Tabel 5. Jadwal Shooting

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

JADWAL SHOOTING 13 JUNI 2024		
Oksigen Coffee Cirebon		
Tempat	Keterangan	Pukul
Rumah teman	<i>Crew Call</i>	06.00 - 06.30
	Persiapan	06.30 - 07.00
	Pemberangkatan	07.00 - 07.30
Oksigen Coffee	Persiapan Shooting	07.30 - 08.00
	Shooting 1 Bar	08.00 - 10.00
	Break	10.00 - 14.00
	Shooting 2 Roastery	14.00 - 16.00
	Selesai	-
JADWAL SHOOTING 14 JUNI 2024		
Oksigen Coffee Indramayu		
Tempat	Keterangan	Pukul

Rumah teman	Crew Call	06.00 - 06.30
	Persiapan	06.30 - 07.00
	Pemberangkatan	07.00 - 09.00
Oksigen Coffee	Persiapan Shooting	09.15 - 09.30
	Shooting 3 Interior	08.00 - selesai
	Selesai	-

7. *Budgeting*

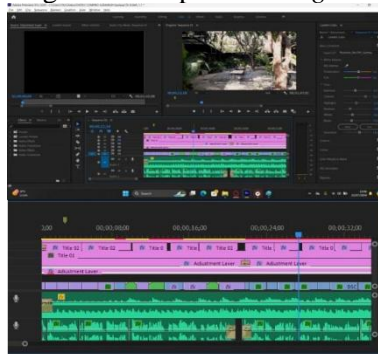
Tabel 6. Budgeting
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Barang				
No	Nama Barang	Satuan	Pemakaian	Harga
1	Kamera	1	2 Hari	Rp. 300.000
2	Stabilizer kamera	1	2 Hari	Rp. 300.000
3	Drone	1	2 Hari	Rp. 600.000
4	Transportasi	1	2 Hari	Rp. 400.000
5	Cetak Catalog	2	-	Rp. 50.000
6	Sound	1	2	Rp. 100.000
Total				Rp. 1.750.000
Transportasi				
No	Kendaraan	Jumlah	Harga	
1.	Motor	2	Rp. 40.000	
Total			Rp. 40.000	
Konsumsi				
No	Makan	Jumlah	Harga	
1.	Nasi Ayam	28	Rp. 420.000	
2.	Kopi	15	Rp. 300.000	
Total			Rp. 720.000	
Total Barang + Trasnportasi + Konsumsi				Rp. 2.510.000

3.3. Production

1. *Editing*

Proses editing pada video *company profile* meliputi pemilihan footage, *background, cut to cut, voice over*. *Voice over* menggunakan efek seperti denoise, mastering dll. Pada tahap ini sudah sampai akhir pengeditan dengan menerapkan *color grading*.



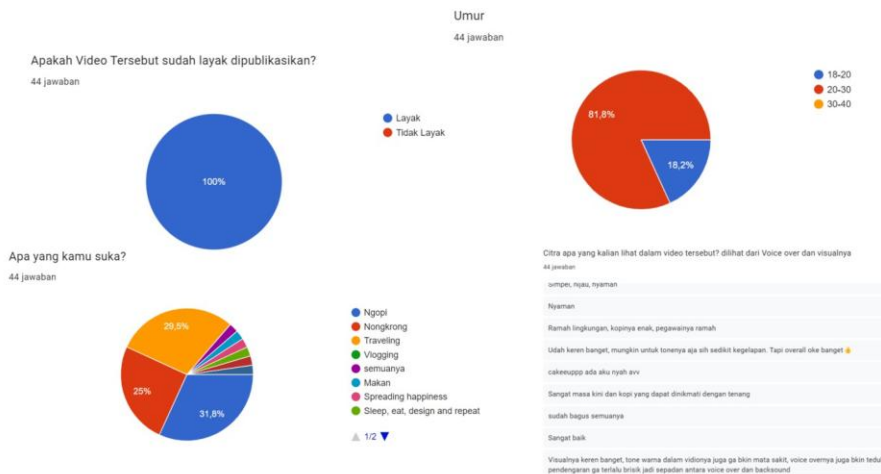
Gambar 2 Editing
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

3.4. Post Production

Dalam tahapan *pos production* ini penulis sudah melakukan pengujian media dengan dikelompokkan sebagai pengujian alfa dan beta.

Dapat disimpulkan pengujian alfa yang dibagi dua, pengujian terhadap kru dan pengujian terhadap oksigen *coffee*. Pada tahap pengujian kru terdapat perubahan pengisi suara karena dirasa kurang cocok dengan pengisi suara namun untuk visualisasi sudah sangat baik. Terjadilah perubahan pengisi suara terlebih dahulu lalu dilanjutkan dengan pengujian alfa oksigen *coffee*. Pada pengujian terhadap mitra responnya sangat positif.

Dapat disimpulkan juga terkait pengujian beta, dimana total yang mewakili segmentasi oksigen itu sendiri ada 44 responden. Dimana dominan yang mengisi adalah 20-30 tahun, dengan psikologi suka nongkrong, ngopi dan *traveling*, dari total keseluruhan responden video dinyatakan layak publikasi.



Gambar 3. Pengujian
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

3.5. Delivery

Company Profile Oksigen Coffee dengan judul “Dari Kopi Menuju Pertumbuhan: Perjalanan Perusahaan”. Adapun Link video sebagai berikut <https://s.id/28u97>



Gambar 4. Karya Jadi
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

1. KESIMPULAN

Oksigen Coffee sangat memerlukan video *company profile* karena hingga kini belum memiliki video yang merepresentasikan perusahaannya. Banyak orang, baik di Cirebon maupun Indramayu, masih belum mengenal Oksigen Coffee secara mendalam. Oleh karena itu, pembuatan video *company profile* dipilih sebagai langkah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat umum. Dalam perancangan video ini, digunakan metode Villamil-Molina, yang dikenal sebagai metode yang mendetail dan melibatkan kerja sama tim yang baik. Penulis menyarankan agar proses pengumpulan data dilakukan dengan cermat dan waktu yang dialokasikan diperpanjang untuk menghasilkan rancangan visual yang lebih baik. Disarankan

juga untuk mengadakan pertemuan rutin agar menghindari *miss* komunikasi antar tim, sehingga persiapan di tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dapat berjalan dengan optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Dzakiyyah, T. A., Ganda Prawira, N., & Johari, A. (2022). Perancangan Animasi Video Pembelajaran “Membuat Komik” bagi Siswa Kelas VIII SMP. *Scientia Sacra: Jurnal Sains*, 2(3), 369–373.
- Muslim, A. A., Iriani, D., & Rachmawati, I. (2023). Rebranding Identity Md 7 Hotel Cirebon. *Jurnal Grafis*, 1(2), 65–70.
- Mahardika, V. P., & Soewito, B. M. (2021). Perancangan Video Motion Graphic Infografis Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Pantai Pacitan Melalui Youtube. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 91–98
- Nurullah, M. A. R., & Marsudi, M. (2023). Perancangan Video *video company profile* Program Studi Desain Komunikasi Visual Unesa Sebagai Media Informasi Bagi Masyarakat. *Jurnal Barik*, 5(1), 96–109.
- Permana, A. A. J., Kertiasih, N. K., & Budhayasa, I. P. (2017). Video *video company profile* Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 238-247.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Utomo, B. P. (2020). Video *video company profile* SMK Animasi Bina Nusantara Batam Berbasis Motion Graphic. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 4(1), 7–14.
- Dwiastanti, L. (2015). Perancangan Media Promosi Winkleshoes Semarang. (Proyek Studi, Universitas Negeri Semarang).