

---

## PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

Setiyo Adi Nugroho<sup>1</sup>, Andri Cahyo Wijayanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Progdi Komputer Grafis STEKOM Semarang,

Jl. Majapahit605, Semarang, telp/fax : 024-6717201-02, e-mail:Nugroho@stekom.ac.id

<sup>2</sup>Progdi Desain Grafis STEKOM Semarang,

Jl. Majapahit605, Semarang, telp/fax : 024-6717201-02, e-mail:Andricahyo21@gmail.com

---

### ARTICLE INFO

---

#### Article history:

Received 30 Oktober 2021

Received in revised form 8 November 2021

Accepted 17 November 2021

Available online 6 Desember 2021

The field of video shooting services in the Semarang area is currently spread in almost every area of the city. Ranging from small businesses to large companies. This service is generally needed to capture important moments in the form of video documentation.

Studio Atlantis is a line of business that provides video shooting and editing services. This company was founded in 2010, having its address at Jl. Pete Raya, Now. In addition to video shooting, Studio Atlantis also provides photography services.

Marketing in this studio still uses simple media, using a list of products in the form of digital images on a computer in explaining products to consumers. This method is less effective when showing product samples because you have to open a different application in another file location.

The solution to this problem requires a media to help promote the products at Studio Atlantis to consumers in a more practical way. A company profile that summarizes company information along with product samples in the form of video clips then packaged into an interactive form.

**Keywords:** video shooting and editing, company profile, Clip video, Adobe Premiere,

---

### ABSTRACT

---

Received November , 2021; Revised November 17, 2021; Accepted Desember 6, 2021

## **Pendahuluan**

Tampil trendy dan fashionable menjadi kebutuhan bagi sebagian besar anak muda. Mereka umumnya membutuhkan media untuk berekspresi dan mengungkapkan eksistensinya di hadapan teman-temannya. Salah satu media yang menjadi pilihan anak muda untuk mengekspresikan style-nya yaitu melalui aneka ragam produk pakaian yang ditawarkan oleh brand-brand lokal.

### **1. Pendahuluan**

Zaman sekarang ini perkembangan teknologi sangat membantu manusia dalam berbagai bidang, misalnya dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang banyak digunakan perusahaan atau instansi untuk mempromosikan diri kepada publik. Media yang banyak digunakan pada umumnya adalah media cetak. Namun media cetak perlu media tambahan guna memaksimalkan publikasi di era digital saat ini, yaitu menggunakan company profile interaktif.

Company profile interaktif merupakan salah satu media digital untuk mempromosikan perusahaan dengan cara yang praktis karena dapat memuat informasi perusahaan dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun video sehingga lebih menarik untuk disimak. Company profile interaktif dapat berinteraksi dengan pengguna sesuai yang dikehendaki. Studio Atlantis merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa dokumentasi foto dan video. Studio ini didirikan sejak tahun 2010 yang sekarang ini beralamat di Jl. Pete Raya, Sekaran, Gunungpati. Jasa foto dan video yang dikerjakan adalah dokumentasi acara pernikahan, pengajian, dan acara umum di masyarakat.

Studio Atlantis masih menggunakan media spanduk sebagai alat promosi. Media ini belum bisa menjangkau area pemasaran secara meluas jika hanya disekitar tempat usaha. Selain itu, informasi yang disampaikan dalam spanduk hanya dapat diketahui oleh orang-orang yang lewat bahkan kemungkinan belum bisa terbaca secara keseluruhan.

Media pemasaran melalui *website* dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, namun pemasaran menggunakan *website* masih terdapat kendala karena informasi yang disampaikan belum *update*. Hal ini menyebabkan tidak dapat muncul di posisi paling atas dalam halaman pencarian web, sehingga *website* Studio Atlantis tidak dapat diakses karena masyarakat lebih memilih situs web yang paling atas kecuali sudah mengetahui alamat *website* Studio Atlantis.

Proses menawarkan produk kepada konsumen yang berkunjung menggunakan media gambar yang ditampilkan di komputer. Namun cara ini memiliki kekurangan karena file harus dibuka menggunakan penampil gambar dan memerlukan waktu apabila harus membuka window explorer terlebih dahulu kemudian mencari file yang akan ditampilkan.

Peneliti merancang *company profile* ini untuk membantu Studio Atlantis dalam mempromosikan produk dengan cara yang lebih mudah dan lebih menarik karena bersifat interaktif, selain itu dengan media ini diharapkan dapat menutupi kekurangan media promosi yang sudah ada.

### **2. Deskripsi Teoritik Perancangan**

---

## **PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG**

*Setiyo Adi Nugroho*)

Menurut Saragih, dkk dalam jurnal JTM (Jurnal TIMES) Vol 4, No 1 (2015) Perancangan adalah satu langkah untuk memberikan gambaran secara umum kepada manusia atau pengguna tentang system yang diusulkan.

Menurut Kurniawan, dkk dalam jurnal Pendidikan Teknik Bangunan Vol 1, No 01 (2013) Perancangan dalam bahasa Inggris “design” memikirkan, menggambar rencana, menyusun bagian-bagian menjadi sesuatu yang baru. Kesimpulan dari kedua definisi di atas bahwa perancangan adalah gambaran suatu objek yang telah direncanakan untuk diolah ke dalam kesatuan yang utuh.

### ***Company Profile***

Menurut Maimunah, dkk dalam jurnal CCIT Vol.5 No. 3 (2012) *company profile* adalah sebuah aset sebuah lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya.

Menurut Fitriyanti (2015) *company profile* merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media yang ada.

Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan sebuah media yang digunakan oleh suatu perusahaan atau instansi dalam memperkenalkan diri kepada publik.

### ***Fungsi Company Profile***

Fungsi *company profile* adalah sebagai berikut:

- a. Representasi Perusahaan
- b. Komunikasi
- c. Menghemat Waktu Transaksi
- d. Membangun Identitas dan Citra Perusahaan

### ***Bentuk-Bentuk Company Profile***

Setiap perusahaan memiliki ciri khas masing-masing untuk menampilkan profil perusahaan mereka. Berikut ini bentuk-bentuk *company profile*:

- a. *Company Profile* Cetak
- b. *Company Profile* Audio Visual
- c. *Company Profile* Website
- d. *Company Profile* Interaktif

### ***Multimedia***

Multimedia adalah media berbasis komputer berupa gabungan elemen berupa teks, gambar, animasi, audio dan video yang digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

### ***Multimedia Interaktif***

Menurut Prastowo (2014) ketika mendengar kata “interaktif” satu hal yang mungkin langsung terbayang adalah sesuatu yang berhubungan dengan interaksi multimedia yang dapat berinteraksi dengan pengguna yang sedang mengoperasikan atau hubungan.

Menurut Daryanto (2013) multimedia interaktif adalah multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya.

Multimedia interaktif adalah media tersebut untuk melakukan aktivitas sesuai yang diperintahkan oleh pengguna.

**Video**

Video adalah gambar-gambar dalam frame di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

**Video Klip**

Video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumen, dan penampilan band, kelompok musik untuk memperkenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset, CD, atau DVD.

**Video Editing**

Video *editing* adalah sebuah proses yang dilakukan untuk menyunting sebuah media audio visual agar lebih mudah dinikmati. Dalam proses *editing* seorang editor akan menggabungkan potongan-potongan video serta menambahkan efek dan transisi sehingga video akan terlihat menarik saat ditonton.

**Desain Layout**

Menurut Rhenald Kasali (1995) *layout* merupakan penataan elemen-elemen desain komunikasi visual ke dalam suatu tata susunan yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain. *Layout* atau tata letak merupakan perencanaan dalam membuat desain seperti tulisan, gambar, ilustrasi, teks, nama, alamat, dan sebagainya.

**Warna**

Menurut teori warna dari Teori Brewster yang pertama kali dikemukakan pada tahun 1831. Warna-warna yang ada di alam jika disederhanakan dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok warna, yaitu: Warna Primer, Warna Sekunder, Warna Tersier, dan Warna Netral.

**Adobe Premiere Pro**

Menurut Bentelu dkk (2016) Adobe Premiere Pro adalah sebuah program aplikasi yang berfungsi sebagai alat untuk menyusun, mengolah, mengedit hasil dari penangkapan gambar yang kemudian diberi kemudahan dalam pemakaian untuk merangkai gambar, video dan audio dengan menggunakan effect yang telah disediakan di aplikasi tersebut.

**Adobe Flash CS3**

*Software* Adobe Flash CS3 banyak digunakan untuk membuat aplikasi animasi. Flash (baik yang dulu dikeluarkan oleh Macromedia dan Adobe) juga digunakan untuk membuat media pembelajaran. Flash, merupakan *software* yang dirancang untuk membuat animasi berbasis vektor dengan hasil yang mempunyai ukuran yang kecil.

---

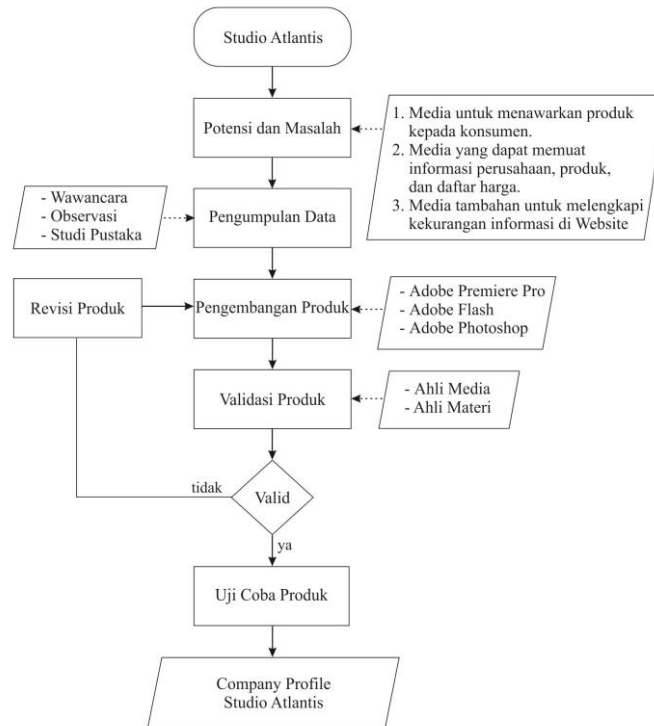
**PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS  
VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG**

Setiyo Adi Nugroho)

### Adobe Photoshop

Menurut Hidayat (2011) Adobe Photoshop adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. *Software* ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolahan gambar/foto.

### 3. Kerangka Berpikir

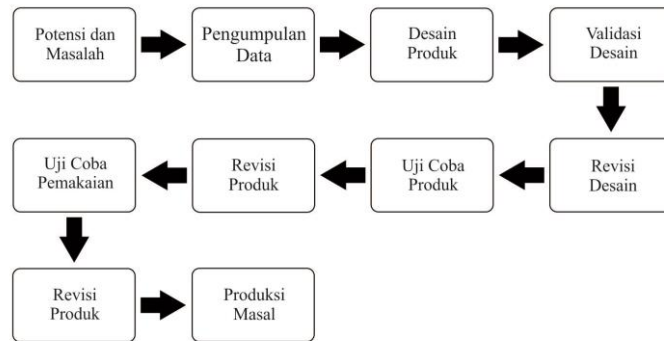


(Gambar 2.4 Kerangka berpikir)

### 4. Metode Pengembangan

Metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan, memvalidasi, dan menguji keefektifan produk. Penulis menggunakan metode *Research and Development* (R & D) di dalam penelitian ini.

Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi suatu masalah. Berikut ini langkah-langkah dalam metode R & D:



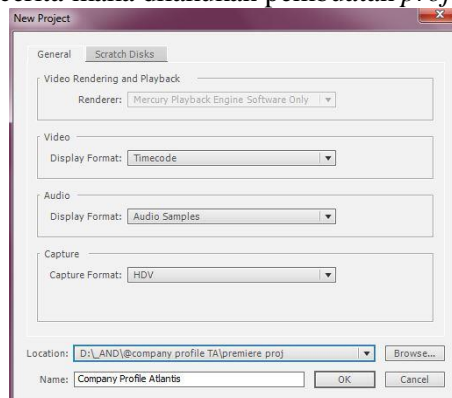
(Gambar 3.1 Metode R&amp;D)

## 5. Hasil dan Pembahasan

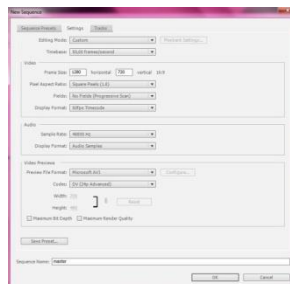
### Pembuatan Video Klip *Company Profile*

Proses pembuatan video klip *Company Profile*, langkah pertama yang harus dilakukan yaitu membuat urutan cerita tentang video klip yang akan dibuat ke dalam bentuk *Storyboard*.

Setelah membuat urutan cerita maka dilakukan pembuatan *project* baru.

(Gambar 4.1 Membuat *new project*)

Berikutnya membuat *sequence* baru dan tentukan resolusi video klip serta kecepatan *frame per second* (FPS).



(Gambar 4.2 Resolusi dan FPS video klip)

## PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

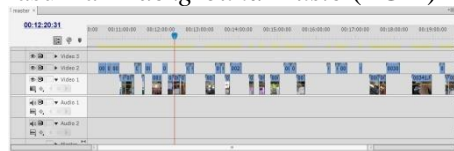
Setiyo Adi Nugroho)

*Import file-file* bahan yang akan digunakan di dalam video klip, selanjutnya *Drag* ke *Timeline*.

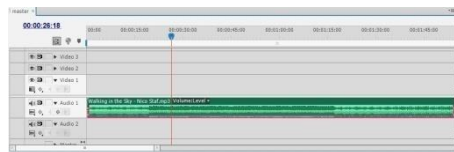


(Gambar 4.3 *Import file ke timeline*)

Potong *file* yang tidak terpakai kemudian susun menurut kategori yang telah ditentukan di *storyboard*. Selanjutnya masukkan *Background Music (BGM)* ke dalam *timeline*.

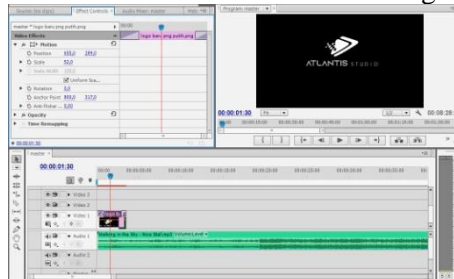


(Gambar 4.4 *Penyusunan file*)



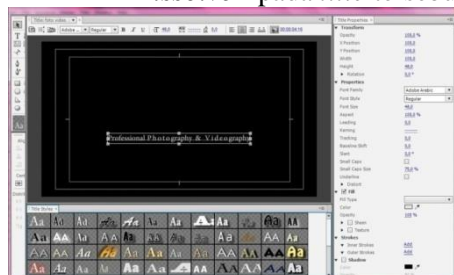
(Gambar 4.5 *Import BGM ke timeline*)

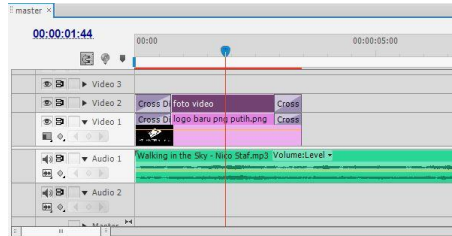
Masukkan logo Studio Atlantis kemudian tentukan ukuran logo dan posisikan ditengah.



(Gambar 4.6 *Import logo Studio Atlantis*)

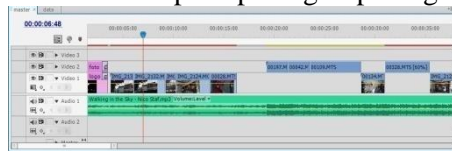
Selanjutnya tambahkan *title* dibawah logo tentang nama produk yang akan dipromosikan di Studio Atlantis. Berikan transisi "*Dissolve*" pada *title* tersebut.



(Gambar 4.7 Membuat *title*)

(Gambar 4.8 Menambahkan transisi )

Potongan video yang sudah diseleksi kemudian diurutkan dan diselaraskan dengan BGM, langkah selanjutnya tambahkan transisi pada potongan-potongan video.

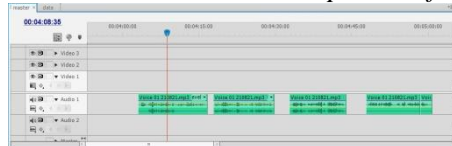
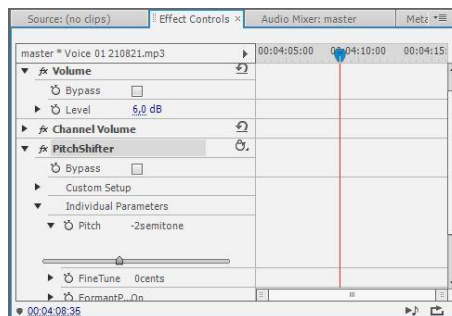


(Gambar 4.9 Menyusun video)



Gambar 4.10 Menambahkan transisi

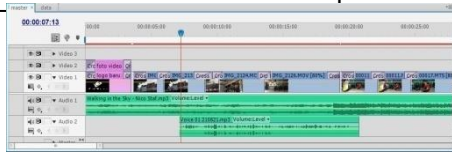
Setelah potongan-potongan video selesai diurutkan, langkah selanjutnya masukkan *Audio dubing*. Tentukan *volume audio* dan tambahkan efek *pitch shifter*.

(Gambar 4.11 Import audio ke *timeline*)(Gambar 4.12 Mengatur *volume* dan *pitch shifter*)

## PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

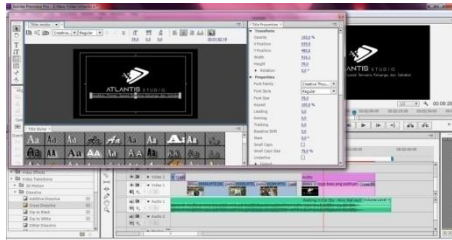
Setiyo Adi Nugroho)





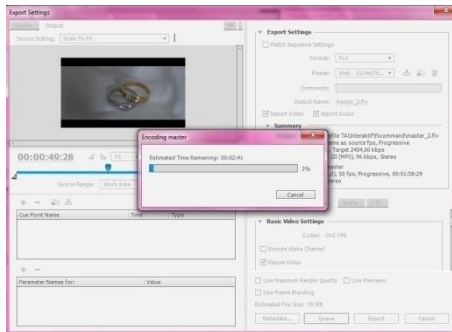
(Gambar 4.13 Menyesuaikan narasi dengan video)

Sebagai penutup, pada akhir video klip ditambahkan logo dan *tag line*. *Tag line* berisi motto Studio Atlantis.



(Gambar 4.19 Menambahkan tag line)

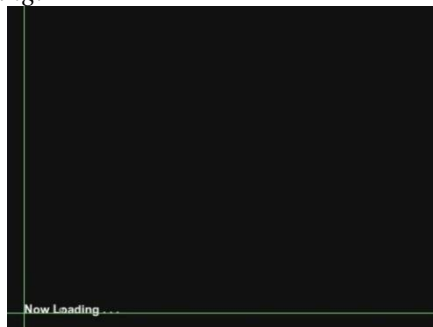
Langkah terakhir, *export* video kedalam format \*.flv supaya dapat ditampilkan kedalam Flash.



(Gambar 4.21 Proses render video)

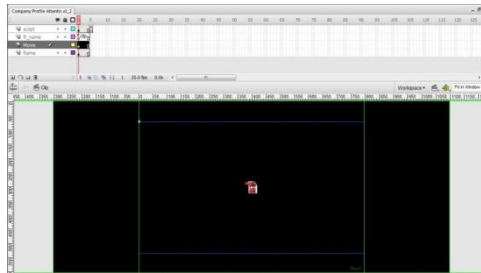
## Pembuatan Company Profile Interaktif

Pembuatan halaman *Loading*.



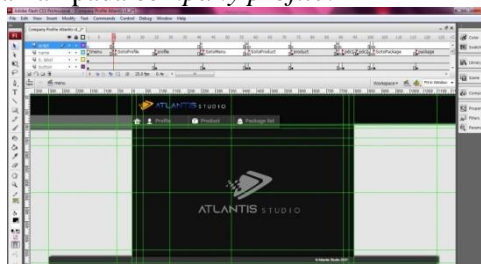
(Gambar 4.22 Membuat tampilan Loading)

Pembuatan halaman pemutar video klip company profile Studio Atlantis ke dalam Flash menggunakan FLV *Player*.

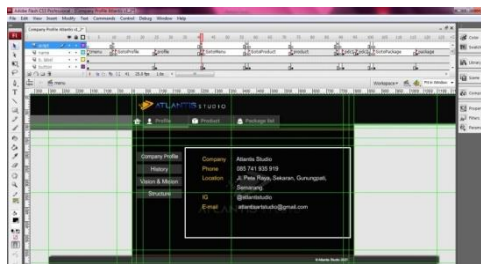


(Gambar 4.27 FLV *Player* pada Adobe Flash)

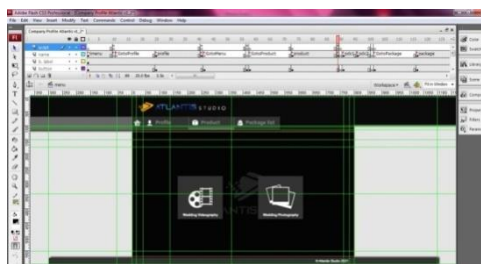
Pembuatan halaman-halaman pada *company profile*.



(Gambar 4.33 Pembuatan halaman *Home*)



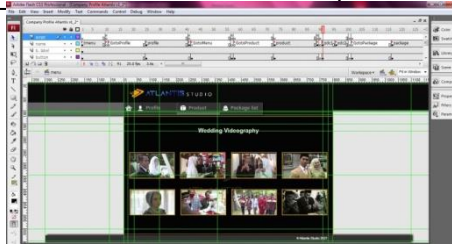
(Gambar 4.42 Pembuatan halaman *Profile*)



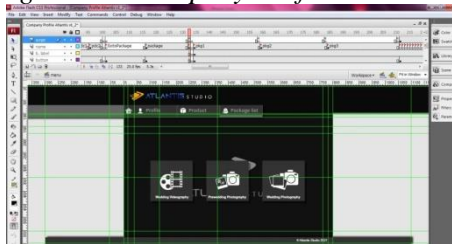
(Gambar 4.45 Pembuatan halaman *Product*)

## PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

Setiyo Adi Nugroho)

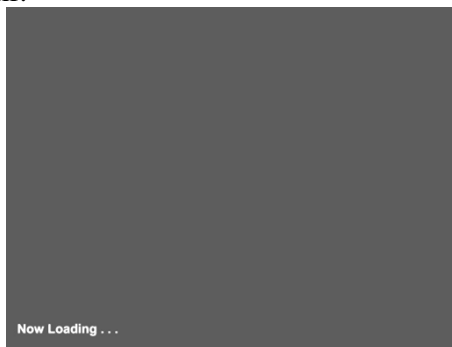
(Gambar 4.46 Pembuatan halaman produk *Videography*)(Gambar 4.47 Pembuatan halaman produk *Photography*)

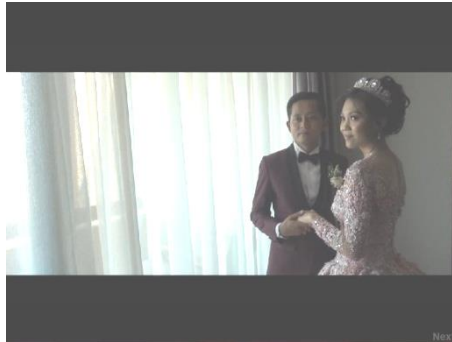
#### Pembuatan halaman *Package* dalam *Company Profile*

(Gambar 4.50 Pembuatan halaman *Package*)

#### Hasil akhir *Company Profile Interaktif*.

*Company Profile* siap digunakan setelah proses publishing selesai. Berikut ini hasil akhir *Company Profile* interaktif:

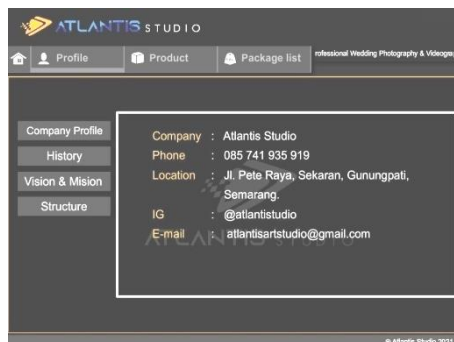
(Gambar 4.53 Tampilan *Loading*)



(Gambar 4.54 Video klip *company profile* di dalam Flash)



(Gambar 4.55 Halaman *Home*)



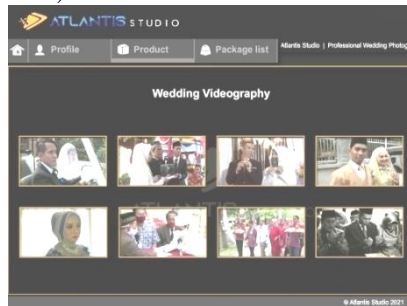
(Gambar 4.56 Halaman *Profile*)



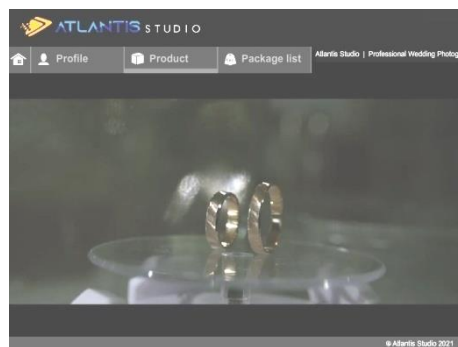
## PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

Setiyo Adi Nugroho)

(Gambar 4.57 Halaman *Product*)



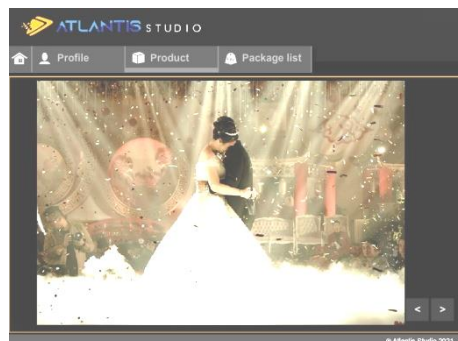
(Gambar 4.58 Halaman sampel *Videography*)



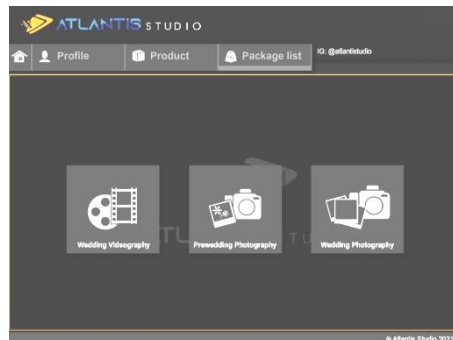
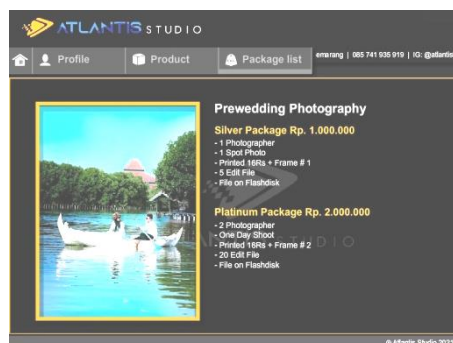
(Gambar 4.59 Halaman pemutar *video*)



(Gambar 4.60 Halaman sampel *Photography*)



(Gambar 4.61 Penampil foto)

(Gambar 4.62 Halaman *Package*)(Gambar 4.63 Halaman *Price list Package*)

### Hasil Validasi Ahli Media dan Ahli Materi

Tabel 4.7 Hasil validasi ahli media

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
	Tampilan antarmuka <i>company profile</i>					
1	Loading sebagai tampilan persiapan ketika aplikasi dijalankan					√
2	Kesesuaian warna					√
3	Tampilan antarmuka menarik				√	
4	Keterbacaan teks				√	
5	Animasi halaman					√
6	Perpindahan halaman ke halaman lainnya					√
	Video klip <i>company profile</i>					

### PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

Setiyo Adi Nugroho)

1	Video klip berjalan dengan lancar				√
2	Kualitas video klip			√	
3	Kesesuaian suara latar				√
4	Keserasian antara musik dengan gambar				√
5	Penggunaan transisi			√	
6	Ketepatan transisi dengan musik				√
7	Kesesuaian efek video yang digunakan			√	
8	Isi yang dimuat dalam video klip				√
	Fungsi tombol-tombol menu				
1	Kesesuaian letak tombol-tombol menu				√
2	Tombol menu berjalan dengan baik				√
3	Kesesuaian penggunaan <i>icon</i> pada tombol				√
4	Penggunaan gambar <i>thumbnail</i> untuk mewakili sampel produk			√	
5	Kesesuaian tombol navigasi pada penampil sampel produk			√	
6	Pemilihan warna pada tombol				√
	Penyampaian informasi yang dimuat				
1	Penyampaian informasi menarik			√	
2	Kesesuaian <i>layout</i> dalam menyampaikan informasi			√	
3	Pemilihan jenis <i>font</i>				√
4	Tampilan teks terlihat jelas			√	
5	Kesesuaian penyampaian informasi tentang produk beserta harga paketnya				√
6	Sampel produk dapat ditampilkan dengan baik			√	
	Kemudahan pengoperasian <i>company profile</i>				
1	<i>Company profile</i> dapat dioperasikan dengan mudah			√	
2	<i>User</i> dapat berinteraksi sesuai yang dikehendaki				√
3	Tampilan antarmuka tidak membingungkan			√	

4	Penggunaan tombol mudah dimengerti					√
<b>JUMLAH SKOR</b>		-	-	-	52	85
<b>JUMLAH SKOR TOTAL</b>		137				

Keterangan:

<b>SKOR</b>	<b>NILAI</b>
$1 \leq n \leq 30$	Sangat Kurang
$31 \leq n \leq 60$	Kurang
$61 \leq n \leq 90$	Cukup
$91 \leq n \leq 120$	Baik
$120 \leq n \leq 150$	Sangat Baik

Dari hasil pengujian melalui kuisioner yang berjumlah 30 indikator, diketahui bahwa jumlah skor total hasil validasi adalah 137. Kriteria ini berada diantara 120 – 150, yaitu tergolong dalam kategori sangat baik. Sehingga *company profile* ini dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

Tabel 4.8 Hasil validasi ahli materi

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
	Kelengkapan informasi perusahaan					
1	Kesesuaian sejarah perusahaan				√	
2	Kesesuaian visi dan misi					√
3	Kesesuaian struktur organisasi				√	
4	Kesesuaian produk yang diproduksi				√	
5	Sampel produk yang dimuat dalam <i>company profile</i>					√
6	Kelengkapan informasi produk untuk dipromosikan			√		
	Informasi yang dimuat di dalam video klip					
1	Gambaran perusahaan				√	
2	Kegiatan yang dikerjakan				√	
3	Gambaran suasana kegiatan di lapangan					√

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG**

*Setiyo Adi Nugroho*)



4	Momen yang diambil ketika sedang <i>hunting</i> gambar					√
5	Video klip dapat digunakan sebagai media promosi melalui sosial media				√	
6	Penampilan informasi produk dan harga					√
	Penyampaian informasi dalam <i>company profile</i>					
1	Informasi disajikan secara menarik				√	
2	Tampilan penyampaian informasi				√	
3	Informasi perusahaan yang dimuat				√	
4	Tampilan teks terlihat jelas					√
5	Penyampaian informasi tentang produk beserta harga paketnya					√
6	Sampel produk dapat ditampilkan dengan baik					√
	Kemudahan interaksi antarmuka					
1	Tombol-tombol menu dapat menuju ke halaman yang diinginkan					√
2	Tampilan antarmuka mudah digunakan				√	
3	Tampilan tombol terdapat simbol yang dapat mewakili nama tombol				√	
4	Tampilan antarmuka dapat menambah ketertarikan terhadap informasi yang akan disampaikan					√
5	Penggunaan tombol mudah dimengerti				√	
6	Tampilan antarmuka tidak membosankan				√	
7	<i>Company profile</i> dapat dioperasikan dengan mudah					√
8	<i>User</i> dapat berinteraksi sesuai yang dikehendaki				√	
9	Tampilan antarmuka tidak membingungkan			√		
	Kemudahan memahami informasi					
1	Informasi perusahaan dalam <i>company profile</i> mudah dipahami				√	
2	Kejelasan informasi yang dimuat				√	

3	<i>Company profile</i> mudah dioperasikan				√
<b>JUMLAH SKOR</b>			6	64	60
<b>JUMLAH SKOR TOTAL</b>		130			

Keterangan:

<b>SKOR</b>	<b>NILAI</b>
$1 \leq n < 30$	Sangat Kurang
$31 \leq n < 60$	Kurang
$61 \leq n < 90$	Cukup
$91 \leq n < 120$	Baik
$120 \leq n \leq 150$	Sangat Baik

Dari hasil pengujian melalui kuisioner yang berjumlah 30 indikator, diketahui bahwa jumlah skor total hasil validasi adalah 130. Kriteria ini berada diantara 120 – 150, yaitu tergolong dalam kategori sangat baik. Sehingga *company profile* ini dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

#### Hasil uji coba penggunaan produk

Tabel 4.9 Hasil uji coba penggunaan produk

No.	Indikator	Jumlah Pilihan Responden				
		1	2	3	4	5
	Video klip <i>company profile</i>					
1	Tampilan Video klip	-	-	-	2	8
2	Kualitas video klip	-	-	-	3	7
3	Kesesuaian suara latar	-	-	-	6	4
4	Kejelasan suara narasi	-	-	-	8	2
5	Informasi di dalam video klip	-	-	-	4	6
	<i>Company profile</i> interaktif					
1	Tampilan antarmuka	-	-	1	4	5
2	Tombol menu berjalan dengan baik	-	-	1	4	5
3	Pengguna dapat memahami informasi yang	-	-	-	5	5

#### PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG

(Setiyo Adi Nugroho)

	disampaikan					
4	Pengguna dapat mengetahui informasi produk beserta daftar harga	-	-	-	4	6
5	Sampel produk dapat ditampilkan dengan jelas	-	-	-	3	7
<b>JUMLAH PILIHAN RESPONDEN</b>		-	-	2	43	55
				x3	x4	x5
		-	-	6	172	275
<b>JUMLAH SKOR TOTAL</b>		453				

Berdasarkan data dari 10 responden dengan 10 jumlah indikator, total skor yang diperoleh adalah 453. Berikut ini penghitungan rata-rata skor validasi penggunaan produk:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Validasi} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Responden}} \\
 &= \frac{453}{10} \\
 &= 45,3
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa hasil validasi penilaian dari 10 responden adalah 45,3. Kriteria ini berada diantara 40 – 50 yakni tergolong dalam kategori sangat baik, sehingga *company profile* ini dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

## 6. Kesimpulan

- 1) Video klip yang dimuat di dalam *company profile* juga dapat diunggah ke *website* dan media sosial sebagai bahan promosi.
- 2) *Company profile* interaktif memuat informasi perusahaan, produk-produk yang diproduksi, dan daftar harga produk yang ditawarkan. *Company profile* terdapat tombol-tombol navigasi yang dapat memudahkan menuju ke setiap halaman atau *scene*.
- 3) Dengan menghasilkan skor validasi ahli media 137 dan ahli materi 130 maka produk tergolong kategori sangat valid untuk digunakan sebagai *company profile* interaktif karena berada diantara 120 – 150, dan skor dari pengguna mengenai produk adalah 45,3 yang artinya valid untuk digunakan karena berada diantara 40 – 50.

## 7. Daftar Pustaka

- Bentelu, dkk, 2016; “Animasi 3 Dimensi Pencegahan Cyber Crime Studi Kasus di Kota Manado”, Manado: Universitas Sam Ratulangi,
- Daryanto, 2013; “Inovasi Pembelajaran Efektif”, Bandung: CV Yrama Widya,
- Dzyak, Brian, 2010; “What I Really Want to Do on Set in Hollywood”, LA: Random House LLC,
- Fitriyanti, Dewi Ambar, 2015; “Perancangan Company Profile dan Media Promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal”, Semarang: Universitas Negeri Semarang,
- Hendratman, Hendi, 2014; “The Magic of Adobe Premiere Pro”, Bandung: Informatika,
- Hidayat, Heri, 2011; “Menjadi Master Photoshop Untuk Pemula Dari Nol Hingga Mahir”, Jakarta: Dunia Komputer,
- Kasali, Rhenald, 1995; “Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia”, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti,
- Kurniawan, Insan Adi, dkk, 2013; “Perancangan Media Pembelajaran Tutorial Auto Cad 2D Menggambar Tampak dan Potongan Bangunan”, Surakarta: Universitas Sebelas Maret,
- Maimunah, dkk, 2012; “Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi”, Banten: STMIK Raharja,
- Munir, 2015; “Multimedia: Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan”, Bandung: Alfabeta.
- Moller, Daniel, 2011; “Redifining Music Video”, California: Major Written Assesment,
- Nasution, Syaiful H, 2013; “Flash Untuk Media Pembelajaran Matematika”. Malang: Universitas Negeri Malang,
- Prastowo, Andi, 2014; “Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif”, Yogyakarta: DIVA Press,
- Saragih, Ambon, 2015; “Perancangan Aplikasi E-Library Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP pada Universitas Methodist Indonesia”, Medan: Universitas Methodist Indonesia,
- Sugiyono, 2016; “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”, Bandung: PT Alfabet,
- Sukiman, 2012; “Pengembangan Media Pembelajaran”, Yogyakarta: Pedagogia,