



PERANCANGAN COMPANY PROFILE CV. MARDAUPCOY BERBASIS VIDEO

Jeremia Mikhael Simanjuntak¹⁾* & Siti Indah Lestari²⁾

1,2) Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Potensi Utama, Indonesia

*Corresponding Email: threewiledwolf@gmail.com

Ringkasan - CV. Mardaupcoy adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi pupuk di wilayah Kabupaten Asahan dan Batu Bara, Sumatera Utara. Permasalahan utama yang dihadapi perusahaan adalah belum tersedianya media visual yang dapat merepresentasikan identitas perusahaan secara profesional kepada masyarakat luas, mitra kerja, dan calon pelanggan. Skripsi ini menggunakan metode perancangan desain yang mencakup tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Dalam proses perancangannya, pengkarya menggunakan teknik seperti wawancara langsung dengan pemilik perusahaan, serta pembuatan storyboard untuk menyusun alur narasi visual. Hasil akhir berupa video company profile berdurasi 1 menit 17 detik, yang menampilkan informasi mengenai sejarah perusahaan, layanan utama, hingga aktivitas perusahaan di lapangan, dengan pendekatan visual sinematik dan narasi suara latar. Karya ini diharapkan dapat menjadi sarana efektif untuk membangun citra perusahaan serta meningkatkan daya saing CV. Mardaupcoy di era digital saat ini.

Kata Kunci : Company Profile, Desain Komunikasi Visual, Video, CV. Mardaupcoy.

Summary - CV. Mardaupcoy is a company engaged in fertilizer distribution in the Asahan and Batu Bara districts of North Sumatra. The main problem faced by the company is the lack of visual media that can represent the company's identity professionally to the wider community, business partners, and potential customers. This thesis uses a design method that covers the pre-production, production, and post-production stages. In the design process, the author used techniques such as direct interviews with the company owner and the creation of storyboards to develop the visual narrative flow. The final result is a 1 minute 17 second company profile video, which displays information about the company's history, main services, and field activities, with a cinematic visual approach and voice-over narration. This work is expected to be an effective means of building the company's image and increasing the competitiveness of CV. Mardaupcoy in today's digital era..

Keywords : Company Profile, Visual Communication Design, Video, CV. Mardaupcoy.

PENDAHULUAN

Company profile berperan penting dalam membangun citra profesional perusahaan serta menjadi media komunikasi dengan mitra kerja dan calon pelanggan. Profil yang menarik dapat memengaruhi kepercayaan konsumen, terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa. CV. Mardaupcoy, perusahaan distribusi pupuk di Asahan dan Batu Bara sejak 2009, belum memiliki company profile dalam bentuk modern. Selama ini, informasi perusahaan hanya disampaikan secara tatap muka



sehingga kurang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini merancang company profile berbasis video dengan tujuan meningkatkan citra, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung strategi branding perusahaan.

KAJIAN TEORI

1. Studi Literatur

Dikutip dari Jurnal Muhammad Taufiq Sumandi (2024), yang berjudul "Jurnal Perancangan dan Pembuatan *Company Profile* Berbasis Website", Proses dalam Tahapan Observasi yang bertujuan mendapatkan informasi data-data yang ada di lapangan. Penelitian ini bertujuan sebagai pedoman dalam tahapan pembuatan *company profile*, dari mulai 4 tahap dalam perancangan *planning*, analisis, desain, dan implementasi serta melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan. Serta tujuan dari perancangan dari pembuatan *company profile*. *Company profile* berbasis website adalah representasi digital dari identitas dan informasi penting tentang sebuah perusahaan yang disajikan melalui sebuah situs web. Profil ini dirancang untuk memberikan pengunjung gambaran yang komprehensif tentang perusahaan, termasuk sejarah, visi dan misi, produk atau layanan yang ditawarkan, budaya perusahaan, serta informasi kontak.

2. Jurnal Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis *Motion Graphic*

Penelitian yang dilakukan oleh Andhika Muhammad Ar-Rasyid (2021) dalam jurnal berjudul "Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis *Motion Graphic*" menjelaskan bahwa pembuatan video profil perusahaan memerlukan perencanaan yang matang dan terstruktur. Tahapan yang dijelaskan dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam proses perancangan video *company profile* untuk CV Mardaupcoy, terutama dalam hal pendekatan visual dan alur kerja kreatif.

3. Tinjauan Karya

a. *Company Profile* PT. Net Visi MediaTbk

Video *company profile* PT. Net Visi Media TBK oleh *channel youtube* di publikasikan tanggal 19 januari 2022, yang berdurasi 5 menit 4 detik. PT Net Visi Media TBK dalam pengambilan video *company profile* nya, dengan memperkenalkan dan

menampilkan banyak scene program-program yang di tayangkan secara *cinematic*, menampilkan logo televisi dan mem-*branding* perusahaan televisi secara informatif dan menarik. Dalam perbandingan antar pembuatan karya video *company profile* PT Net Visi Media TBK dengan video yang dibuat pengkarya, pengaturan color grading pada video agar terlihat lebih formal dan *cinematic*, serta beberapa *effects* tambahan agar video terlihat lebih *professional*.

b. Company Profile Bank BJB

Pada video *company profile* Bank BJB dipublikasikan pada tahun 2023 di *channel youtube* "Bank BJB" dengan durasi 3 menit 24 detik, untuk tampilan awal di sajikan sejarah pembangunan perusahaan dari tahun ke tahun. Setiap *scene* pada video mem-*branding* perusahaan dengan menunjukkan visi misi kepada audiens. Memberikan tampilan skala waktu perusahaan yang berkala di beberapa *scene* nya. Dalam perbandingan video *company profile* Bank BJB dengan video *company profile* yang dibuat pengkarya ini sebagai contoh dalam menganalisa urutan materi video yang disajikan yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan dukungan data kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di kantor CV. Mardaupcoy dan wawancara dengan manajer lapangan

1. Observasi

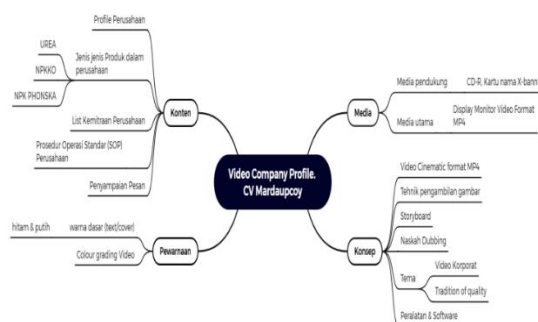
Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung ke lapangan pada kantor cabang CV. Mardaupcoy yang berlokasi di Jl. Merpati No. 9, Gambir Baru, Kecamatan Kota Kisaran, Kabupaten Asahan. Kegiatan yang dilakukan antara lain pengamatan terhadap dokumen perusahaan seperti Standard Operating Procedure (SOP), laporan kinerja, serta berkas pendukung lainnya. Observasi ini dilakukan pada bulan Februari 2024 dengan izin resmi dari pihak perusahaan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh narasumber yaitu, Manajer Lapangan Pak Lamnaek Hasugian, selaku Manajer Lapangan CV Mardaupcoy. Beliau merupakan salah satu karyawan senior yang telah mengabdikan selama 16 tahun, dengan pengalaman luas di bidang distribusi dan operasional lapangan. Dengan masa kerja yang panjang tersebut, beliau memiliki pemahaman mendalam terhadap sistem kerja perusahaan serta dinamika yang terjadi di lapangan.

3. Ide Kreatif

Dalam proses merancang *video company profile*, tentunya diperlukan pemikiran yang kreatif guna menyusun dan mengintegrasikan seluruh elemen data, konsep, serta ide-ide. Oleh karena itu, penulis akan membagi ide kreatif ini ke dalam beberapa bagian. Bagian-bagian tersebut meliputi: metode berpikir, pemilihan tema, sasaran pengguna, serta strategi dalam menciptakan ide kreatif.

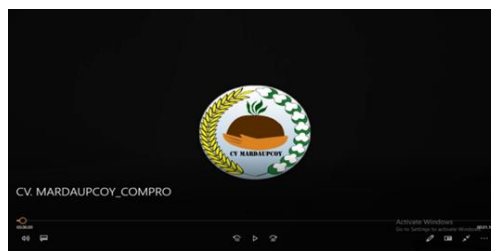


Gambar 1. Brainstorming

Sumber : Dokumentasi Jeremia Mikhael, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media Utama



Gambar 2. Video Company Profile format MP4

Sumber : Jeremia, 2025

Media utama yang digunakan dalam perancangan video ini berbentuk video mentah (*raw video*) dengan resolusi 1920 x 1080 piksel dan format MP4, berdurasi sekitar 1,1 menit. Dalam prosesnya, pengkarya akan menambahkan sulih suara (*dubbing*) dan juga menyisipkan musik latar (*backsound*) yang bebas hak cipta pada video company profile tersebut. Isi dari video ini akan memadukan cuplikan video asli, animasi transisi gambar logo. Pembuatan semua scene sesuai dengan storyboard, serta penyampaian pesan pada setiap scene. Konsep visual yang digunakan dalam video ini adalah cinematic. Dalam video terfokus pada proses mendistribusikan, informasi terkait produsen hingga produk yang ada disubsidikan berbentuk list. Penggunaan warna pada teks dalam video tidak hanya berfungsi untuk memperjelas informasi, tetapi juga sebagai elemen visual yang mendukung identitas visual perusahaan. Dalam video company profile CV. Mardaupcoy, pemilihan warna teks disesuaikan dengan warna utama pada logo perusahaan, seperti hijau dan kuning, yang mencerminkan nilai-nilai seperti pertumbuhan, kesegaran, dan energi. Hal ini dilakukan agar terjadi keselarasan visual (*visual consistency*) antara elemen video dan identitas merek.

2. Media Pendukung

a. Kartu Nama



Gambar 3. Kartu Nama

Sumber : Jeremia, 2025

Pengkarya menggunakan kartu nama sebagai salah satu media pendukung yang ditunjukkan untuk dibagikan kepada calon pelanggan, tamu perusahaan, maupun tamu dari instansi akademis.

b. Poster Proses Perancangan



Gambar 4. Poster proses perancangan

Sumber : Jeremia, 2025

c. X-Banner



Gambar 5. X-banner

Sumber : Jeremia, 2025

Pengkarya menggunakan X-banner sebagai media promosi visual dalam kegiatan pameran, presentasi, maupun pertemuan bisnis. X-banner menampilkan logo perusahaan, slogan, serta informasi ringkas mengenai CV Mardaupcoy.

3. Merchandise

Mug berbentuk silinder dengan pegangan di samping. Tingginya sekitar 10 cm dengan diameter lingkaran atas sekitar 8 cm. Ukuran ini umum untuk mug berkapasitas 300–350 ml, cukup untuk minuman seperti kopi atau teh. Kipas berbentuk bulat dengan gagang plastik hitam di bagian bawah. Diameter bulatan kipas sekitar 20 cm, sedangkan

panjang gagangnya sekitar 10 cm. Jika digabung, total panjang kipas tangan dari ujung atas sampai ujung gagang adalah 30 cm. Gantungan kunci berbentuk bulat pipih dengan ring besi kecil di bagian atas. Diameternya sekitar 5 cm dan ketebalannya sekitar 1 cm. Ukurannya kecil sehingga praktis dibawa dan mudah dipasang pada kunci.



Gambar 6. Merchandise

Sumber : Jeremia, 2025

Mug berbentuk silinder dengan pegangan di samping. Tingginya sekitar 10 cm dengan diameter lingkaran atas sekitar 8 cm. Ukuran ini umum untuk mug berkapasitas 300–350 ml, cukup untuk minuman seperti kopi atau teh. Kipas berbentuk bulat dengan gagang plastik hitam di bagian bawah. Diameter bulatan kipas sekitar 20 cm, sedangkan panjang gagangnya sekitar 10 cm. Jika digabung, total panjang kipas tangan dari ujung atas sampai ujung gagang adalah 30 cm. Gantungan kunci berbentuk bulat pipih dengan ring besi kecil di bagian atas. Diameternya sekitar 5 cm dan ketebalannya sekitar 1 cm. Ukurannya kecil sehingga praktis dibawa dan mudah dipasang pada kunci.

4. Dokumentasi

Dalam proses perancangan company profile, tim CV Mardaupcoy melakukan beberapa tahapan kegiatan yang terdokumentasi melalui beberapa foto berikut :



Gambar 7. Rapat Internal Tim

Sumber : Jeremia, 2025

Pada tahap awal, seluruh anggota tim CV Mardaupcoy mengadakan rapat internal. Diskusi ini membahas konsep dasar, ide, dan struktur company profile yang akan disusun. Suasana terlihat serius namun tetap kondusif, dimana sebagian anggota melakukan pencatatan dan lainnya memantau informasi melalui gawai. Dokumentasi ini menjadi bukti adanya proses perumusan awal sebelum company profile dirancang lebih lanjut.



Gambar 8. Kebersamaan dan Kekompakan Tim

Sumber : Jeremia, 2025

Setelah rapat selesai, tim mengabadikan momen kebersamaan dengan penuh antusiasme. Foto ini menggambarkan kekompakan, keakraban, dan semangat positif dari seluruh anggota. Dokumentasi ini menegaskan bahwa perancangan company profile tidak hanya sebatas teknis, namun juga melibatkan kolaborasi tim yang solid.



Gambar 9. Kegiatan Eksternal: Sosialisasi Program

Sumber : Jeremia, 2025

Selain aktivitas internal, CV Mardaupcoy juga mendokumentasikan keterlibatan dalam kegiatan resmi berupa sosialisasi skema baru penyaluran pupuk bersubsidi sesuai peraturan pemerintah. Kehadiran tim bersama mitra dan pihak terkait

menunjukkan peran aktif perusahaan dalam mendukung program pemerintah dan melayani kebutuhan masyarakat, khususnya di bidang pertanian. Dokumentasi ini memperkuat citra perusahaan yang profesional, peduli, dan berkontribusi langsung kepada masyarakat.



Gambar 10. X-banner sebagai Media Promosi Visual dalam Kegiatan Publik

Sumber : Jeremia, 2025

Banner promosi yang ditampilkan pada gambar merupakan media implementasi dari video company profile CV. Mardaupcoy. Banner ini dirancang dengan nuansa visual pertanian yang kuat, ditunjukkan melalui ilustrasi hamparan sawah hijau sebagai latar utama yang melambangkan keterikatan perusahaan dengan sektor agribisnis. Di bagian tengah, logo perusahaan diletakkan secara dominan dikelilingi ornamen padi, menegaskan identitas CV. Mardaupcoy sebagai penyedia pupuk sekaligus mitra petani. Slogan “Tradition of Quality” ditempatkan secara tegas untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia produk yang konsisten menjaga mutu. Informasi kontak seperti nomor telepon, alamat email, serta alamat kantor dicantumkan di bagian bawah, sehingga banner ini tidak hanya berfungsi sebagai media identitas visual, tetapi juga sebagai sarana komunikasi praktis bagi calon mitra atau konsumen.

SIMPULAN

Perancangan company profile berbasis video pada CV. Mardaupcoy berhasil diwujudkan melalui proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil karya



JUDIS

Jurnal Multidisiplin Dan Sains

Vol. 2 No. 2 Maret 2026, pp. 178-188

<https://jurnal.compartdigital.com/index.php/judis>

berupa video berdurasi 1 menit 17 detik dengan pendekatan sinematik dan narasi terbukti efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan. Media ini dapat meningkatkan citra profesional, mendukung strategi branding, serta memperluas jangkauan promosi perusahaan. Melalui video ini, informasi penting seperti sejarah perusahaan, layanan, nilai, dan pencapaian perusahaan dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Video ini juga menjadi media promosi profesional yang mendukung strategi pemasaran perusahaan, serta memperkuat brand positioning di mata mitra dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ar-Rasyid, A. M. (2021). Perancangan video profile CV. Bumi Raya Sekata berbasis motion graphic. *Jurnal Desain Visual dan Komunikasi*, 6(2), 55–63.
- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bank BJB. (2023). *Company profile Bank BJB [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com>
- CV. Mardaupcoy. (2023). *Dokumen SOP dan laporan distribusi pupuk subsidi [Arsip internal perusahaan, tidak dipublikasikan]*.
- Enterprise, J. (2015). *Buku membuat company profile*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayath, A., & Zulfikar, R. (2024). Pengembangan company profile berbasis video sebagai media promosi Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108–117. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>
- Jago, M. (2019). *Adobe Premiere Pro CC 2019 classroom in a book*. San Francisco: Adobe Press.
- Lamnaek Hasugian. (2024, Februari). *Wawancara langsung – Manajer Lapangan CV. Mardaupcoy [Wawancara pribadi]*.
- Mangoensoekarto, S. (2018). *Manajemen tanah dan pemupukan budidaya perkebunan*. Yogyakarta: UGM Press.



JUDIS

Jurnal Multidisiplin Dan Sains

Vol. 2 No. 2 Maret 2026, pp. 178-188

<https://jurnal.compartdigital.com/index.php/judis>

- PT. INKA (Persero). (2019). Profil perusahaan PT INKA [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com>
- PT. Net Visi Media Tbk. (2022). Company profile Net TV [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com>
- Rayuddin, R. (2014). Pembangunan pertanian: Konsep dan teori. Yogyakarta: Deepublish.
- Rustan, S. (2009). Layout dasar dan penerapannya. Pontianak: PT Gramedia.
- Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. (2024). Pembuatan website company profile Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Samarinda. SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(1), 13–20.
<https://doi.org/10.56910/safari.v4i1.1081>
- Wind, A. (2014). Jago membuat video tutorial. Jakarta: Ajeng Publisher.