Laporan Kuliah Kerja Praktek

PERANCANGAN *VIDEO PROFILE*

CREATIVE FORCE 59 DI

PT. CALADI LIMA SEMBILAN

DK 36502 KERJA PRAKTEK

Oleh :

Kukuh Ramadhan

51907161

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Dosen Pembimbing

Rini Maulina, S.Sn

FAKULTAS DESAIN

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2010

Lembar Pengesahan

PERANCANGAN *VIDEO PROFILE* *CREATIVE FORCE 59* DI PT. CALADI LIMA SEMBILAN

DK 36502 KERJA PRAKTEK

Oleh :

Kukuh Ramadhan

51907161

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Disahkan Oleh :

Perusahaan	Pembimbing
Agam Sofyan Syam	**Rini Maulina, S.Sn**
HRD Manager PT. Caladi Lima Sembilan	**Nip. 4127 32 06 011**

Koordinator

Rini Maulina, S.Sn

Nip. 4127 32 06 011

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur alhamdulilah penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi, berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Praktek ini, yang dilaksanakan di PT. CALADI LIMA SEMBILAN.

Laporan yang penulis susun ini berjudul **"PERANCANGAN *VIDEO PROFILE CREATIVE FORCE 59* DI PT. CALADI LIMA SEMBILAN"** yang dilaksanakan penulis untuk melengkapi Program Sarjana I fakultas Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.

Penulis Menyadari sepenuhnya bahwa hasil dari penyusunan Laporan Kuliah Kerja Praktek ini belumlah sempurna, baik hasil maupun tema beserta bahasannya. Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan, pengetahuan, serta pengalaman yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan juga dukungan baik material maupun moril, dari awal hingga selesainya Laporan Kuliah Kerja Praktek ini, yaitu kepada :

1. Bapak Taufan Hidayatullah, M.Ds. Selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia
2. Ibu Rini Maulina, S.Sn. Selaku Koordinator Kuliah Kerja Praktek.
3. Bapak Marius Widyarto Wiwied, selaku CEO PT. Caladi Lima Sembilan.
4. Bapak Priyo Uki, selaku Project Director Creative Force 59
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak dan semoga Laporan Kuliah Kerja Praktek Ini dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang memerlukan.

Bandung, 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan

KataPengantar i

Daftar Isi iv

Daftar Gambar v

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kuliah Kerja Praktek 1

1.2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek 3

BAB II : PT. CALADI LIMA SEMBILAN

2.1. Sejarah Perusahaan 4

2.2. Profil Perusahaan 7

BAB III : LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1. Peranan Praktikan Dalam Perusahaan 13

3.2. Pekerjaan Praktikan Selama Kuliah Kerja Praktek 13

3.3. Metode Kerja Praktikan 13

3.4. Perancangan Video Profil 14

3.4.1 Konsep Perancangan 15

3.4.2 Teknis Perancangan 17

BAB IV : KESIMPULAN 22

Daftar Pustaka 23

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

BAB II

Gambar II. 1. Logo Perusahaan 7

Gambar II. 2. Logo Divisi Perusahaan 7

Gambar II. 3. Struktur Organisasi PT. CALADI LIMA SEMBILAN 11

BAB III

Gambar III.1. Metode Kerja Praktikan 14

Gambar III.2. Contoh Image yang Digunakan 16

Gambar III.3. Contoh tipografi yang digunakan 16

Gambar III.4. Teknis Perancangan 01 17

Gambar III.5. Teknis Perancangan 02 18

Gambar III.6. Teknis Perancangan 03 19

Gambar III.7. Teknis Perancangan 04 20

Gambar III.8. Timeline Video Profile Creative Force59 21

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

PT. Caladi Lima Sembilan merupakan bentuk Perseroan Tebatas yang bergerak dalam bidang pembuatan kaos (clothing) sejak tahun 1980 hingga saat ini. Selain bergerak dalam bidang pembuatan kaos, PT. Caladi Lima Sembilan dibawah pimpinan Marius Widyarto Wiwied juga membentuk satu divisi baru yang diberi nama Creative Force 59. Divisi ini bertujuan untuk memenuhi permintaan dari rekanan dan pihak-pihak lain yang menginginkan hubungan kerjasama yang berkelanjutan dengan Bapak Marius Widyarto Wiwied diluar order kaos.

Creative Force 59 merupakan divisi baru yang terbentuk didalam PT. Caladi Lima Sembilan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan dari rekanan dan pihak-pihak lain yang menginginkan hubungan kerja sama yang berkelanjutan dengan Bapak Marius Widyarto Wiwied selaku CEO PT. Caladi Lima Sembilan. Sebagai divisi yang baru terbentuk, Creative Force 59 memiliki latar belakang yang jelas untuk dikomunikasikan kepada rekanan dan pihak-pihak lain yang akan melakukan hubungan kerjasama.

Dalam suatu perusahaan dan divisi-divisinya, dibutuhkan sebuah profil yang jelas. Agar rekanan dan pihak-pihak yang akan melakukan hubungan kerjasama dapat dengan jelas pula memahami suatu perusahaan berikut divisi-divisinya.

Dalam menginformasikan profil suatu perusahaan, dibutuhkan media penyampai pesan yang tepat. Media penyapaian pesan dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu media cetak dan media elektronik. Untuk perancangan profil Creative Force 59, Video

Motion Graphic dipilih sebagai media alternative untuk menyampaikan pesan.

Penggunaan Video Motion Graphic dipilih berdasarkan keefisienan dan keefektifan media dengan pertimbangan bahwa video motion graphic dapat lebih jelas dalam menyampaikan pesan dikarenakan , pada sebuah video motion graphic terdapat visual beserta audio yang dapat berpengaruh kepada sampainya sebuah pesan dengan jelas. Dengan visual, maka rekanan dapat mengerti dengan mudah memahami informasi yang terdapat didalam video. Image pada visual berperan dalam mengganti sebuah kata atau kalimat menjadi bahasa yang universal. Tipografi dapat memunculkan karakter dari sebuah video profil, baik dari bunyi ataupun bentuk karakter huruf, Layout berperan dalam memberikan kesan yang ingin dimunculkan dan Audio ditambahkan guna mendukung pesan yang disampaikan oleh visual yang disebutkan di atas.

Pada era teknologi saat ini persaingan antar perusahaan terjadi hampir disegala bidang, kebutuhan mencari atau menyebarkan informasi menjadi suatu hal yang penting. Informasi dapat ditemukan atau disebarkan lewat berbagai macam cara beserta medianya, namun terkadang proses penyampaian informasi tersebut tidak didukung dengan media dan visual yang tepat sehingga membuat informasi yang disampaikan menjadi ambigu, karena tidak adanya kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan penggunaan media beserta visual didalamnya. Oleh karena itu, Praktikan memilih mengajukan Kuliah Kerja Praktek kepada PT. Caladi Lima Sembilan, dengan keinginan mencoba untuk membenahi permasalahan yang disebutkan diatas.

1.2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek

Untuk penyusunan Laporan Kuliah Kerja Praktek ini, penulis telah melaksanakan Kuliah kerja praktek di perusahaan :

PT. Caladi Lima Sembilan

Jl. Merak No. 2 Bandung

Telp (022) 250 5959, Fax (022) 500 124

Waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek yang dilakukan penulis selama satu bulan, sejak tanggal 22 Maret 2010 sampai dengan 28 April 2010, yaitu :

Senin, mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 12.00

Rabu, mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 12.00

Kamis, mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 12.00

Sabtu, mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 12.00

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan

Berawal dari keberanian pasangan Marius Widyarto Wiwied (Owner C59) dan Maria Goretti (Istri dari Marius Widyarto Wiwied) yang membeli satu mesin jahit dan dua mesin obras, uang yang merupakan hasil dari menjual kado pernikahan mereka pada tahun 12 oktober 1980 silam, didirikanlah Perusahaan C59. Yang kemudian pada setiap tanggal tersebut diperingati hari ulang tahun C59. Nama perusahan PT. Caladi Lima Sembilan sendiri berasal dari alamat rumah dimana Pak Wiwied dan Ibu Maria pertama kali tinggal, yaitu Jalan Caladi no. 59. Pada awalnya bisnis C59 pertama kali melayani pesanan T-shirt bergambar yang pada itu teknik pengerjaannya masih manual (belum menggunakan komputer). Bar pada tahun 1985, C59 mulai menunjukan keunggulan dari segi bahan T-shirt, jenis sablon dan teknik pisah warna hingga produknya dapat dikenal di bandung dan jakata. Pada tahun 1990, C59 semakin berkembang dengan membangun pabrik dengan fasilitas modern, bersamaan dengan dibangunnya took retail dijalan Tikukur No. 10. Periode 1993-1994 C59 berdiri secara sah sebagai perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan Bapak Marius Widyarto Wiwied sebagai Direktur Utama (hingga saat ini) yang dilanjutkan dengan ekspansi kebeberapa kota di Indonesia, dengan mendirikan took sendiri dan menjalin kerjasama dengan Ramayana D epartement Store sebagai saluran distribusi yitu : Jakarta, Balikpapan, Yogyakarta, Ujung Pandang, Lampung dan Malang.

1996 PT. Caladi Lima Sembilan memperoleh penghargaan Upakarti untuk kategori Usaha Kecil Menengah (UKM), kemudian

1999, PT. Caladi Lima Sembilan memenangkan penghargaan Internasional Merit Award untuk kategori tema : Kalender terbaik (Best Calender Theme)

2000 pada usia yang ke 20, PT. Caladi Lima Sembilan memasarkan produknya ke eropa Tengah (Ceko, Slovakia dan Jerman). Sedangkan untuk mengembangkan pasar Nasional, PT. Caladi Lima Sembilan menjalin kerjasama dengan Matahari Departement Store. Konsep dan Varian produknya juga berubah dari ‘Basic T-shirt’ (kaos oblong) menjadi ‘FashionApparel’ denagn segmentasi kalangan Remaja 14-24 tahun.

2001 PT. Caladi Lima Sembilan memperoleh peringkat pertama di ajang penghargaan Enterprise 50 (50 UKM Nasional terbaik) yang diselenggarakan oleh Accenture dan Majalah SWA

2002-2003 PT. Caladi Lima Sembilan andil eran dalam trend kawula muda, dengan mengadakan C59 Street Fiesta, yang digelar di 3 kota besar di pulau jawa, antara lain Bandung, Surabaya dn Yogyakarta.

2004 PT. Caladi Lima Sembilan sesuai dengan slogannya’’ Express Your Style’’. C59 ikut ambil bagian dalam mengekspresikan music anak muda, dalam ajang Indonesian Idol, bekerja sama dengan salah satu Stasiun TV swastadan Fremantle Media Enterprisses, ltd

2007 PT. Caladi Lima Sembilan mendapat pengahargaan Hade Award dari dinas perindustrian Jawa Barat, dan KICK (Kreatif Independent Clothing Kommunity) sebagai pelopor perclothingan di Bandung Jawa Barat.

2008 PT. Caladi Lima Sembilan bekerjasama secara resmi dengan Dekranasda Kota Bandung, Ardan Management Group, Saung Angklung Udjo, Miing Fellowship dan SMKN 14/SMSR

2010 PT. Caladi Lima Sembilan membentuk **Divisi pengembangan program usaha dan jasa** yang diberi nama ***Creative Force 59***. Creative Forces 59 dibentuk sebagai media untuk merealisasikan cita-cita positif dari Bapak Marius Widyarto Wiwied selaku CEO PT. Caladi Lima Sembilan untuk membangun dan mengembangkan potensi komunitas-komunitas di Indonesia serta menciptakan regenerasi pengusaha Indonesia yang memiliki mental yang kuat dan kepribadian yang positif melalui program-program kreatif dan inovatif serta bersifat fleksibel.

Disamping itu, Creative-forces 59 merupakan solusi untuk memenuhi permintaan dari rekanan dan pihak-pihak lain yang menginginkan hubungan kerjasama yang berkelanjutan dengan Bapak Marius Widyarto Wiwied diluar order kaos.

2.2. Profil Perusahaan

Logo Perusahaan



Gambar II.1. Logo Perusahaan

Profil perusahaan tempat penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek, sebagai berikut :

Nama Perusahaan : PT. Caladi Lima Sembilan

Alamat : Jl. Merak no. 2 Bandung

Telp : 022-2505 5959

Fax : 022-500 124

Website : http://www.c59.com

Tagline : Express Youre Style

Badan Hukum : Perseroan Terbatas (PT)

2.2.1 Profil Divisi Pengembangan Program Usaha dan Jasa (Creative Force 59)

Logo Divisi (Creative Force 59)



Gambar II.2. Logo Divisi Perusahaan

Profil Divisi dimana Praktikan ditempatkan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Praktek di PT. Caladi Lima Sembilan.

Nama Perusahaan	: PT. Caladi Lima Sembilan
Alamat	: Jl. Merak no. 2 Bandung
Telp	: 022-2505 5959
Fax	: 022-500 124
e-Mail	: creativeforce59@yahoo.co.id
Website	: http://www.c59.com
Slogan	: Create Unordinary Way To Succes
Badan Hukum	: Creative Force 59 berada dibawah naungan PT. Caladi Lima Sembilan yang berbadan hukum sebagai Perseroan Terbatas (PT)

2.2.2. Filosofi

Secara harfiah Creative-forces adalah rangkaian dari dua kata Creative (kreatif) yang merupakan kata sifat dan Forces (pasukan) yang merupakan subjek atau orang-orang. Sedangkan angka 59 merupakan nilai-nilai yang dijabarkan Bapak Marius Widyarto Direktur utama PT. Caladi Lima Sembilan sebagai 5 Citra (Cakap,Cermat, Cerdik, Cepat, Ceria) dan 9 cita (costumer satisfaction, Company profit and benefit, Convenient working atmosphere, Creativity, Control, Collaboration, Clear mind, Care and concern, Communication) yang menjadi nilai-nilai dasar dalam merealisasikan ide-ide kreatif

2.2.3. Visi dan Misi

Visi

Membangun networking dan menciptakan pengusaha-pengusaha muda yang kompeten untuk menanggulangi masalah pengangguran dan kemiskinan di Dunia

Misi

Menjalin hubungan baik dengan komunitas-komunitas di seluruh dunia

Menciptakan program-program pembangunan dan pengembangan potensi bagi generasi muda

Membangun sistem pendidikan berbasis entrepreneurship

Menjalin kerjasama dengan pemerintah dan perusahaan-perusahaan swasta

Menciptakan lapangan pekerjaan.

2.2.4. Bidang Perusahaan

PT. Caladi Lima Sembilan bergerak dalam bidang pembuatan **kaos bergambar (clothing)** dengan jalur distribusi Nasional dan Internasional. Selain bergerak dalam bidang pembuatan kaos bergambar, PT. Caladi Lima Sembilan juga bergerak dalam bidang penyediaan layanan jasa yang ditangani oleh divisi Creative Force 59, layanan jasa yang disediakan adalah sebgai berikut :

Talent Management

Layanan jasa manajemen untuk personal maupun komunitas yang ingin berkembang dan maju sesuai dengan keahlian dan keterampilan yang dimiliki sehingga dapat mencapai kesuksesan.

Brand Consultant

Layanan jasa konsultasi Brand dan kewirausahaan oleh motivator dan pengusaha sukses, Marius Wdyarto (Mas Wiwied) baik untuk personal, komunitas, maupun instansi atau perusahaan yang ingin mengkonsultasikan langkah-langkah aplikatif suatu Brand strategic untuk mencapai kesuksessan yang bernilai.

Event Organizer

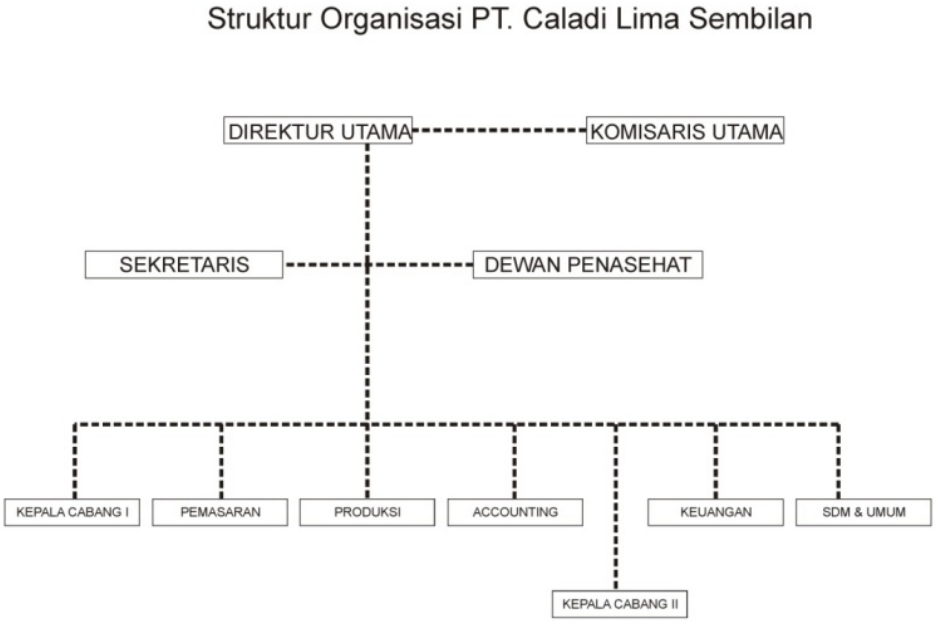
Layanan jasa penyelenggaraan event mulai dari konsultasi pembuatan konsep sampai dengan produksi dan eksekusi event baik untuk personal, komunitas, dan instansi atau perusahaan. Adapun bentuk event tersebut antara lain ; anniversary, launching, gathering, company tour, workshop, exhibition, Corporate Social Responsibility (CSR) event dll..

Community Relations

Sebagai partner, wadah, dan fasilitator bagi komunitas-komunitas, baik profit maupun non profit. Komunitas-komunitas yang bekerjasama dengan creative-force 59 akan didukung dengan program-program komunitas dan juga sebagai network yang akan terus di treatment dan dijaga hubungan baiknya.

2.2.5. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah Struktur Organisasi pada PT. Caladi Lima Sembilan



Gambar II.3. Struktur Organisasi PT. Caladi Lima Sembilan

2.2.6. Jenis Pekerjaan Yang Diterima Oleh Perusahaan

PT. Caladi Lima Sembilan, memiliki beberapa jenis pekerjaan yang mendukung kegiatan dari perusahaan, diantaranya :

1. Desainer

   Ada beberapa jenis tugas yang di tangani desainer, seperti :
   Ilustrator (sketsa, pewarnaan, proses pendigitalan),
   Web Desainer (mengerti tentang desain pengaksesan web site)
   Animator (membuat video baik animasi 2d dan 3d dan juga motion graphic)
   Software yang harus dikuasai adalah sebagai berikut :
   Adobe Ilustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, Adobe Premiere, 3D Max, Corel draw dan software pendukung lainnya.
2. Produksi

   Yang mengatur kegiatan produksi mencetak dan meperbanyak produk
3. Marketing dan Promosi

   Membuat serangkaian bentuk promosi untuk menjual produk

4. Distribusi

   Menyebarkan produk kewilayah-wilayah yang telah menjadi jalur distribusi dan membuka peluang distribusi ditempat yang strategis
5. Keuangan

   Pengaturan keuangan perusahaan
6. Hubungan Masyarakat

   Mengatur berbagai hubungan kerjasama antara Perusahaan dengan Rekanan.
7. Dan lain-lain.

2.2.7. Klien dan Pekerjaan Yang diterima oleh Perusahaan

Ada dua lini Bisnis PT. Caladi Lima Sembilan, yaitu :

Retail

Bisnis C59 Retail adalah memasarkan produk C59 yang didesai, dikonsep, dicetak, dan dipasarkan oleh C59 dengan kata lain, produk asli C59. Untuk menjawab kebutuhan pasar, maka PT. Caladi Lima Sembilan mengembangkan bisnis retailnya dengan mendirikan showroom dan bekerja sama dengan outlet-outlet di Indonesia yang berskala Nasional (Matahari Departement Store dan Ramayana Departement Store). Sedangkan showroom-showroom C59 tersebar dibeberapa kota di Indonesia.

Custom Made

Bisnis C59 Custom Made adalah suatu bentuk bisni dimana andalah sang pencipta ide, konsep, dan desain. PT. Caladi Lima Sembilan hanyalah perantara untuk menjadikan konsep anda atau melukiskan konsep anda kedalam T-shirt, jacket, sweater dan asesoris. Anda melakukan proses order kepada PT. Caladi Lima Sembilan.

BAB III

LAPORAN KULIAH KERJA PRAKTEK

3.1. Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Praktikan ditempatkan bersama tim produksi yang membuat perancangan Video Profile Creative Force 59. Praktikan dipercaya untuk mengolah data-data tentang Creative Force 59 untuk menemukan benang merah yang akan di jadikan sebagai inti pesan dari video profil yang dibuat dengan menggunakan software grafis dan video.

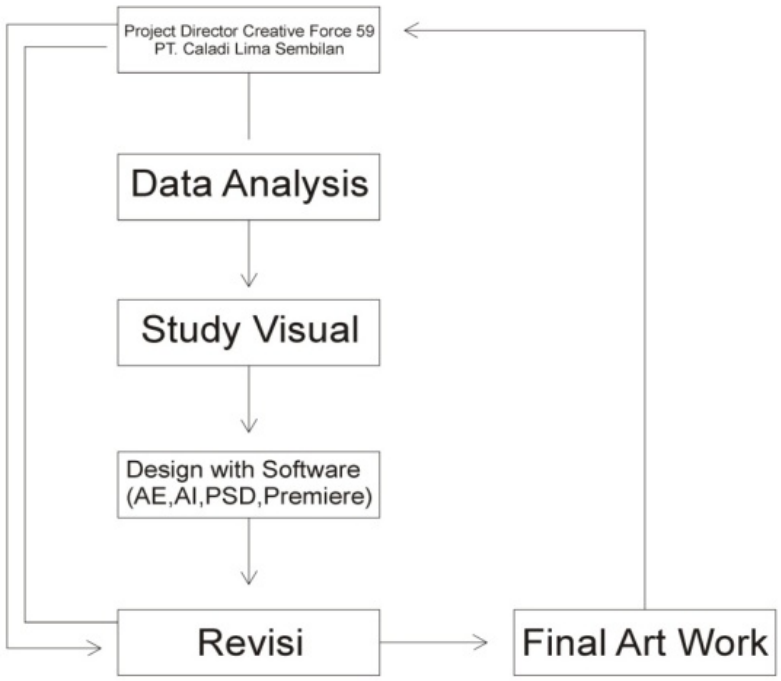
3.2. Pekerjaan Praktikan selama Kuliah Kerja Praktek

Selama masa Kuliah Kerja Praktek, Praktikan menggarap Perancangan *Video Profile Creative Force 59*

3.3. Metode Kerja Praktikan

Selama masa Kuliah Kerja Praktek, Praktikan diberikan data-data tentang penjelasan Creative Force 59 untuk di analisa, setelah selesai menganalisa data, praktikan lalu membuat ide dan konsep awal yang kemudian diajukan kepada Project Director Creative Force 59 untuk kemudian direvisi. Setelah melewati beberapa kali tahap revisi, praktikan kemudian mencari data-data visual yang akan digunakan untuk pembuatan Video Profil Creative Force 59. Setelah Praktikan menyelesaikan Video Profil Creative Force 59, Praktikan kembali mengajukan Karya Akhir kepada Project Director untuk mendapatkan revisi kembali. Di sela-sela pembuatan video profile, praktikan juga diminta untuk mendokumentasikan kunjungan pabrik yang dilakukan oleh rekanan.

Berikut skema dari metode kerja praktikan.



Gambar III.1. Metode Kerja Praktikan

3.4. Perancangan Video Profile

Praktikan mengerjakan sebuah Video Profile Creative Force 59 yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan tentang Divisi pengembangan usaha dan jasa dibawah naungan PT. Caladi Lima Sembilan. Video profile yang dibuat akan dijadikan sebagai media alternative untuk penyampaian pesan.

3.4.1. Konsep Perancangan

Praktikan membuat konsep perancangan sesuai dengan Visi dan Misi dari Creative Force 59

Visi dan Misi Creative Force 59

Visi

Membangun networking dan menciptakan pengusaha-pengusaha muda yang kompeten untuk menanggulangi masalah pengangguran dan kemiskinan di Dunia

Misi

Menjalin hubungan baik dengan komunitas-komunitas di seluruh dunia

Menciptakan program-program pembangunan dan pengembangan potensi bagi generasi muda

Membangun sistem pendidikan berbasis entrepreneurship

Menjalin kerjasama dengan pemerintah dan perusahaan-perusahaan swasta

Menciptakan lapangan pekerjaan

Praktikan menggunakan konsep Video motion graphic dengan gaya vector yang dinamis dan terkesan aktif hal ini berdasarkan pertimbangan bahwa creative force 59 merupakan divisi baru dibawah naungan PT. Caladi Lima Sembilan yang terus aktif menjalin hubungan dan terus memenuhi permintaan rekanan dan pihak-pihak yang ingin melakukan hubungan kerja sama.

Image yang digunakan berupa tracing Hitam putih dari foto-foto dan brush hitam putih dari adobe photoshop. Diantaranya adalah sebagai berikut :



Gambar III.2. Contoh image yang digunakan

Tipografi yang digunakan dalam video ini yaitu Stencil Std, sesuai dengan logo type dari PT. Caladi Lima Sembilan. Praktikan menggunakan tipografi ini dengan alasan ingin mempertegas bahwa creative force 59 merupakan divisi baru yang terbentuk dibawah naungan PT. Caladi Liama Sembilan



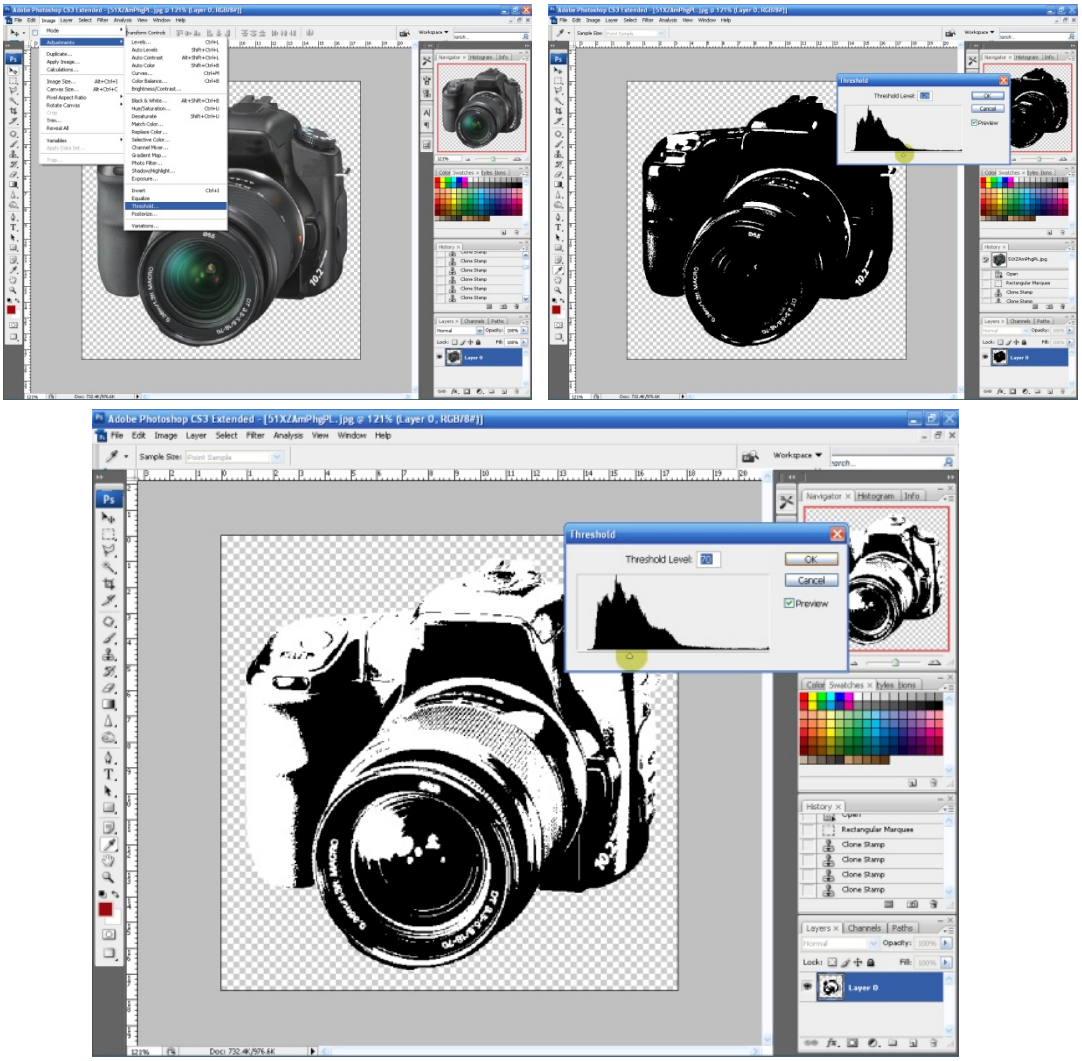
Gambar III.2. Contoh tipografi yang digunakan

Warna yang dominan dalam Video ini adalah warna coklat pada *background* dan hitam putih pada *image*. Warna coklat dipilih untuk memunculkan kesan kedewasaan dan keseriusan dari Creative Force 59 sedangkan warna hitam putih menandakan perjalanan dalam menjalin hubungan kerjasama.

3.4.2. Teknis Perancangan

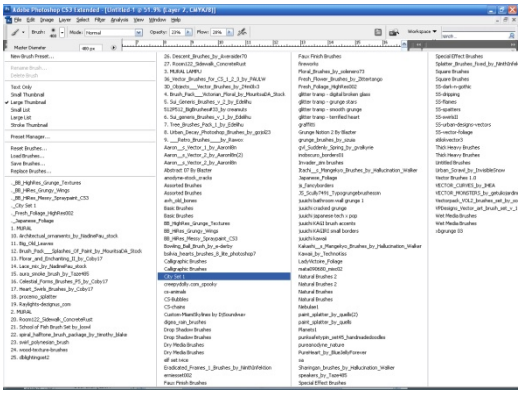
Dalam mengerjakan Video Profile Creative Force 59 Praktikan menggunakan tiga buah software pendukung, adobe photoshop, adobe after effect, adobe premiere.

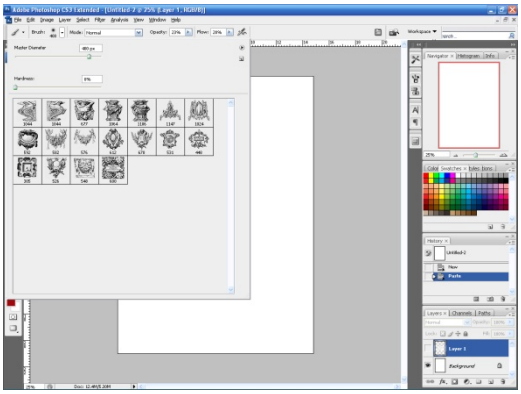
Tahap pertama menggunakan ***Adobe Photoshop*** sebagai software pendukung. Hal pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan photo-photo yang kemudian dipindahkan menjadi vector dengan ditrace menjadi hitam putih.

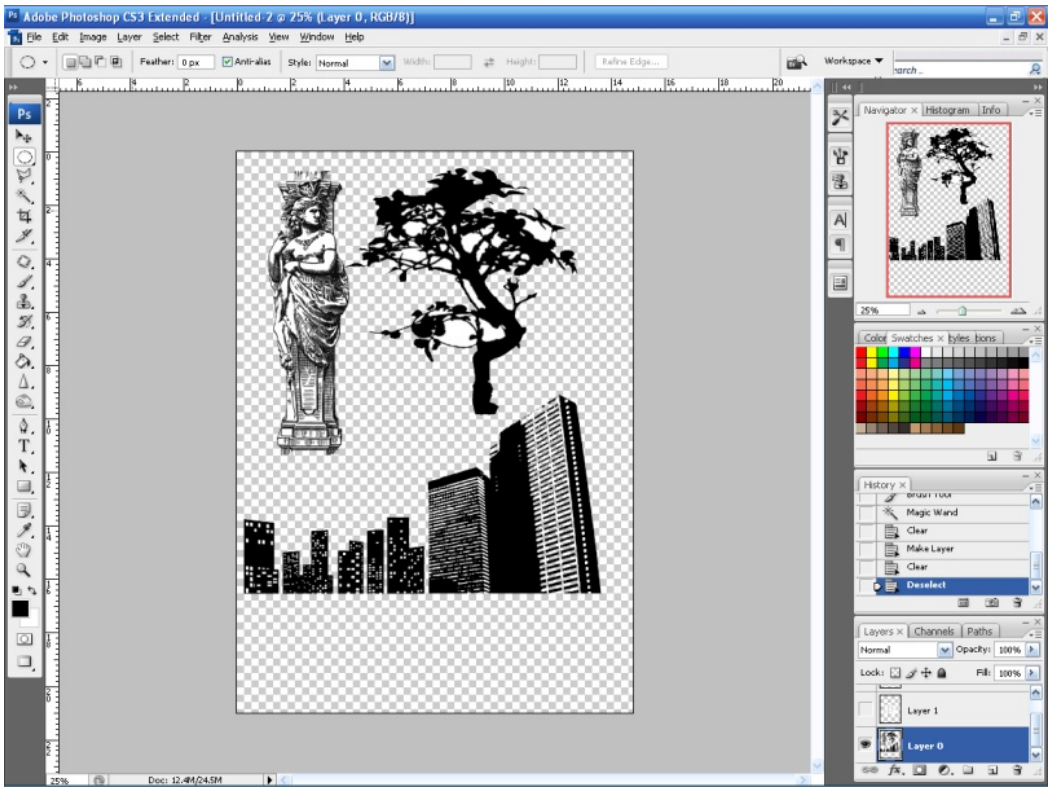


Gambar III.3. teknis perancangan 01

Setelah trace photo selesai dilakukan hal berikutnya adalah menyeleksi brush-brush yang akan digunakan pada video profil

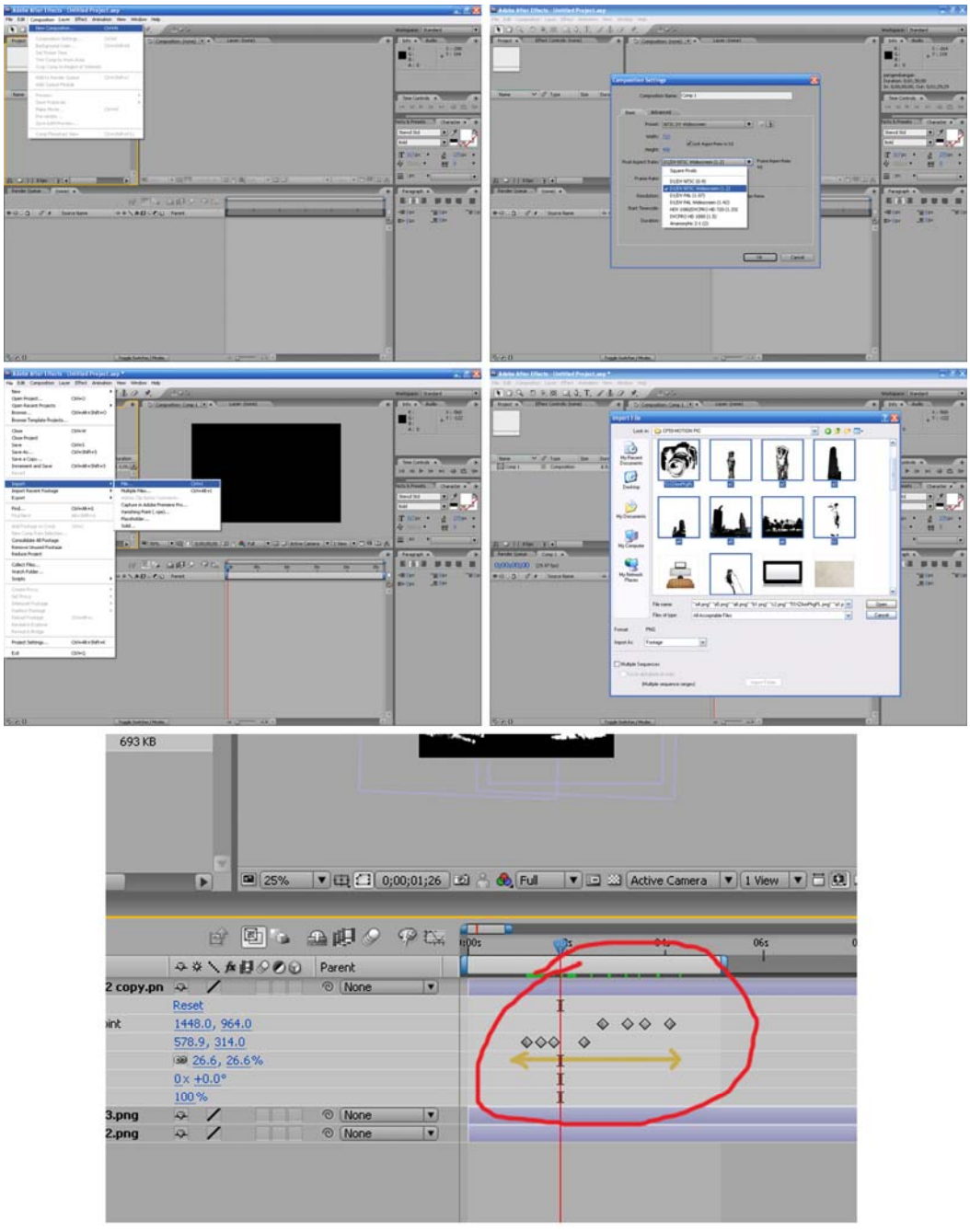






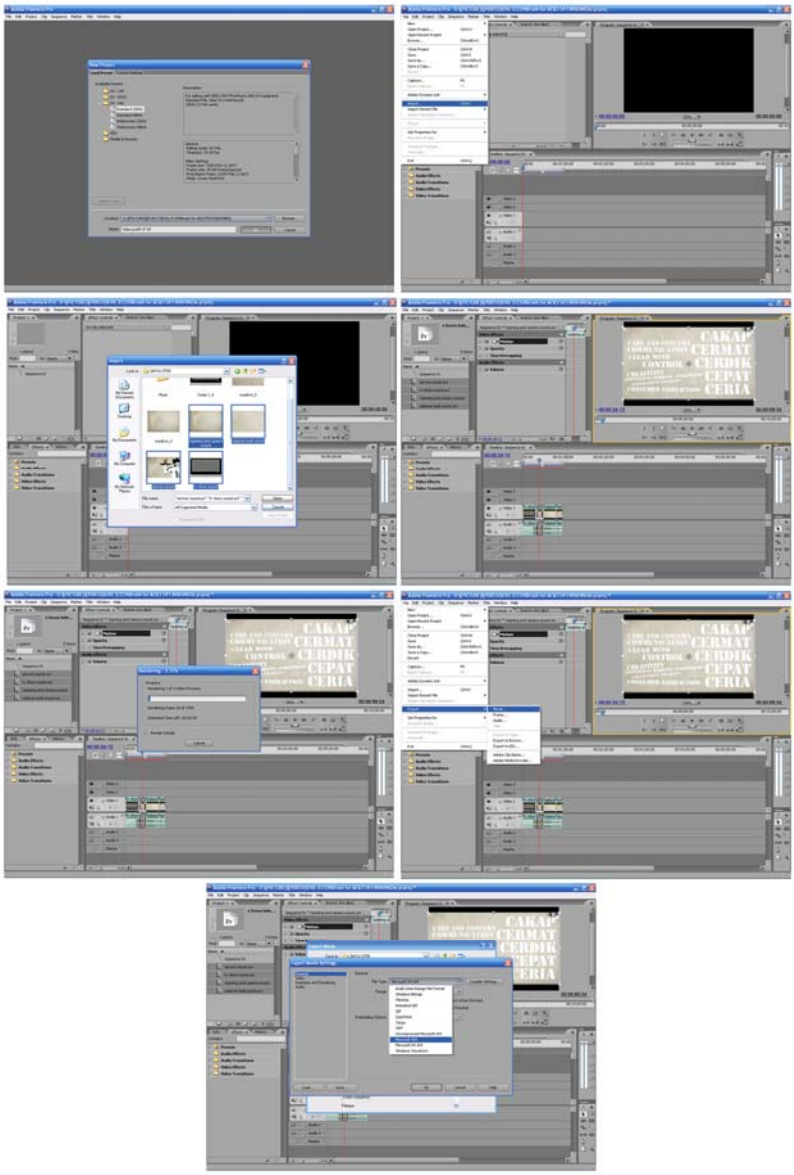
Gambar III.4. teknis perancangan 02

Tahap berikutnya adalah membuat motion graphic dari hasil trace photo dan pemilihan brus-brush di adobe photosop. Pada tahap ini, Praktikan menggunakan ***Adobe After Effect*** sebagai software pendukung pembuatan motion graphic.



Gambar III.5. teknis perancangan 03

Video yang telah selesai dibuat pada adobe after effect adalah kumpulan video yang maksimal berdurasi satu menit, untuk itu pada tahap akhir kumpulan dari potongan-potongan video harus disambungkan agar menjadi video yang utuh lengkap dengan backsound dan sound effect. Maka sampailah pada tahap akhir tekhnik pengerjaan video profil. Pada tahap akhir ini, Praktikan menggunakan ***Adobe Premiere*** sebagai software pendukung untuk menyambungkan potongan video yang telah dirancang pada adobe after effect dan menambahkan backsound dan sound effect.



Gambar III.6. teknis perancangan 04

Berikut Timeline dari Video Profile Creative Force 59 :



Gambar III.3. Timeline Video Profile Creative Force 59

BAB IV

Kesimpulan

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengkomunikasikan sebuah Profile perusahaan dan divisi perusahaan, perusahaan membutuhkan peran desainer untuk menentukan media penyampaian pesan baik sebagai media utama ataupun media alernatif.
2. Dalam menyajikan suatu Profile dalam sebuah video dibutuhkan analysa data yang tepat untuk dapat menstudi elemen visual yang akan digunakan
3. Pengemasan Video Profil diperlukan kelengkapan perangkat keras, agar pengerjaan tidak memakan banyak waktu.
4. Proses asistensi dan revisi kepada Project Director akan sangat menentukan hasil akhir dari suatu karya.

Daftar Pustaka

Dormer, Peter. (2007). *Makna Desain Modern.* Bandung : Jalasutra

Tinarbuko, Sumbo. (2000) *Menyorot Wacana Rambu sebagai Kajian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Bentara Budaya

Williamson, Judith. (2009).*Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. Diakses pada 29 Juni 2010. WWW :Marion Boyars Publishers. Com