



## Company Profile Café Teras Muzaka

**Miranda Syafrina**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

**Eko Purnomo**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kota Padang, Sumatera Barat *Korespondensi*

*Korespondensi penulis:* [mirandasyafrina18@gmail.com](mailto:mirandasyafrina18@gmail.com)

**Abstract.** *Café Teras Muzaka established since 2020 is a contemporary café that stands in the center of Lubuk Basung sub-district, this café carries an elegant and minimalist concept. Café Teras Muzaka is always the first choice, a lot of people from various circles come to celebrate moments, meetings or just spend their free time. The findings of the problems of Café Teras Muzaka, namely in terms of publicity, have not used effective promotional media, resulting in a lack of Brand Awareness of consumers and potential consumers of Café Teras Muzaka. Therefore, this design aims to design a Company Profile video that can be a source of information for the public about Café Teras Muzaka. The design uses the 4D method (Define, Design, Develop, and Disseminate). Therefore, by using video company profile as the main media, it is possible to produce a company profile that can not only increase Brand Awareness, but also become an effective publicity media.*

**Keywords:** *Company Profile, Café, Teras Muzaka, Video.*

**Abstrak.** Café Teras Muzaka berdiri dari tahun 2020 merupakan *café* kekinian yang berdiri dipusat kecamatan Lubuk Basung, *café* ini mengusung konsep *elegant* dan *minimalis*. *Café* Teras Muzaka kerap menjadi opsional pertama, banyak orang dari berbagai lapisan masyarakat berkunjung untuk merayakan momen, *meeting* atau sekedar menghabiskan waktu luangnya. Temuan permasalahan dari Café Teras Muzaka yaitu dari segi publisitas belum menggunakan media promosi yang efektif, sehingga kurangnya *Brand Awareness* konsumen dan calon konsumen Café Teras Muzaka. Oleh karena itu, maksud dari perancangan ini adalah untuk mengonsep video *Company Profile* yang dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat mengenai *Café* Teras Muzaka. Perancangan menggunakan metode 4D (Define, Design, Develop, dan Disseminate). Sebab itu, dengan menggunakan video *company profile* selaku wadah utama, dimungkinkan untuk menghasilkan *company profile* yang tidak hanya dapat meningkatkan *Brand Awareness*, tetapi juga menjadi media publisitas yang efektif.

**Kata kunci:** Company Profile, Café, Teras Muzaka, Video.

### LATAR BELAKANG

Sejarah, visi, dan misi perusahaan, serta tujuan, fasilitas, dan pencapaiannya, semuanya tercakup dalam profil perusahaan, yang merupakan gambaran citra perusahaan. Karena mencakup komponen optik seperti teks, tata letak, dan video. Profil perusahaan dapat berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan citra perusahaan dan menjadi publisitas yang berhasil. Untuk mendapatkan kepercayaan dari klien, terutama untuk bisnis yang menyajikan makanan dan minuman. Profil perusahaan harus asli dan semenarik mungkin. Ini mencakup cara bisnis

---

Received Mei 11, 2023; Revised Juni 12, 2023; Accepted Juli 21, 2023

\*Miranda Syafrina, [mirandasyafrina18@gmail.com](mailto:mirandasyafrina18@gmail.com)

didirikan, siapa pendirinya, bagaimana bisnis dijalankan, dan bagaimana bisnis berkembang dari waktu ke waktu.

Cafe menyajikan aneka minuman kopi dan makanan ringan, diiringi musik dan suasana ramah yang dapat dirasakan pelanggan (Kurnian dan Sidiq, 2016). Mereka juga dikenal dengan meja dan kursi yang tertata rapi serta sofa mewahnya. Sebaliknya, menurut Sentoso (2018), kafe dikategorikan sebagai tempat makan kasual yang banyak ditemukan di pusat kota atau daerah padat penduduk lainnya. Mereka biasanya buka hingga larut malam, dengan beberapa beroperasi sepanjang waktu.

Cafe Teras Muzaka dengan desain elegan dan minimalis terletak di jantung kawasan Lubuk Basung. Banyak orang dari berbagai kalangan sering mengunjungi Café Teras Muzaka untuk merayakan acara, mengadakan pertemuan bisnis, atau sekadar untuk mengisi waktu. Daya tarik utama bagi banyak orang untuk menghabiskan waktu di kafe ini adalah pengaturan yang nyaman dan fasilitas berkualitas tinggi. Hasilnya, Café Teras Muzaka akan terus memberikan layanan, fasilitas, dan informasi terbaik dan paling menarik kepada pelanggan dan calon pelanggannya. Karena Café Teras Muzaka belum menggunakan publisitas yang efisien, banyak orang yang tidak mengetahui fakta-fakta penting tentang kafe tersebut. Akibatnya, konsumen dan calon klien tidak familiar dengan café teras muzaka.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kata "video" berasal dari bahasa Latin "vidi" atau "visum", yang berarti "melihat" atau "memiliki penglihatan". Munir (2012: 289) menyatakan bahwa "video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, menyimpan, mentransmisikan, dan merekonstruksi rangkaian gambar diam dengan merepresentasikan adegan bergerak secara elektronik". Video menurut Mussahada (2010) adalah kumpulan gambar bergerak dan suara yang tersusun dari beberapa frame. Ini memainkan peran penting dalam video. Video terdiri dari beberapa bingkai terpisah pada satu saat.

Video profil perusahaan menurut (MY Anshori, 2015) adalah rekaman yang ditayangkan di TV dan media audio-visual lainnya yang menggambarkan identitas perusahaan dan citra positif. Video untuk company profile terlihat lebih memukau dan mampu mengkomunikasikan sesuatu dengan lebih tepat dan mendalam (Kusumo & Sulartopo, 2019). Alat penting untuk menampilkan reputasi dan citra bisnis adalah video profil perusahaan. Perusahaan harus dapat menampilkan profil mereka dengan cara yang menarik, terlepas dari jenis media yang digunakan.

“Video Company Profile Rumah Batik di Kabupaten Pasaman Barat” oleh Muhammad Fachrul Alvaer menjadi inspirasi desain “Company Profile Café Teras Muzaka” dan merupakan salah satu kreasi awal.

## **METODE PENELITIAN**

Metode perancangan Video Company Profile Cafe Teras Muzaka adalah 4D dan terdiri dari 4 tahapan utama yaitu: Pendefinisian, Perancangan, Pengembangan dan Penyebaran.

### **Pendefinisian**

Data yang diperlukan untuk perancangan akan ditentukan pada saat ini. Pada tahap ini penulis memilih audience untuk video Company Profile Teras Muzaka Café yang akan menjadi tujuan perancangan, demografi target antara usia 15 - 35.

### **Perancangan**

Tahap ini untuk merancang video *Company Profile Café* Teras Muzaka menggunakan data yang didapat dari observasi lapangan dan sesuai dengan *target audience* 15-35 tahun.

### **Pengembangan**

Evaluasi pakar dan pengujian pengembangan adalah dua fase yang digunakan pada level ini untuk memvalidasi atau mengevaluasi kelayakan perancangan. perancangan diuji selama pengembangan pada audiens yang dituju.

### **Penyebaran**

Tahap ini bertujuan untuk menyebarkan video *Company Profile Café* Teras Muzaka dan juga dapat menarik perhatian target *audience* dengan cara mendistribusikan dan mempublikasikan video *Company Profile Café* Teras Muzaka dengan menggunakan media utama dan media pendukung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian utama media adalah video company profile berdurasi kurang lebih tiga menit. Poin-poin penting dari company profile Café Teras Muzaka ini mencakup gambaran tentang identitas perusahaan, yang meliputi sejarah, visi, misi, serta tujuan, situasi saat ini, fasilitas, dan penghargaan atau prestasi apa pun. Terkait dengan semua operasional Café Teras Muzaka.

Metode berikut dapat digunakan untuk mengatur media utama dalam company profile café teras muzaka :

### ***Tahap Pra produksi***

#### **1. Nama Program**

Agar target audience percaya bahwa keadaan sebenarnya sama persis dengan yang ada di video, maka digunakan media audio visual untuk membuat video company profile

Café Teras Muzaka. Ini melibatkan peningkatan visualisasi di cafe dengan menyajikan informasi tentang identitas perusahaan dan undangan kepada pelanggan dan calon pelanggan. "Video Company Profile Café Teras Muzaka" adalah nama programnya.

## 2. Pokok Bahasan

Video Company Profile Café Teras Muzaka ini memaparkan tentang seluk beluk mengenai Café Teras Muzaka, tentang bagaimana café ini berdiri serta siapa saja yang tergabung didalam pengoperasiannya dan apa saja yang dapat kita temukan di Café Teras Muzaka. Video ini juga dijadikan sebagai media promosi untuk menarik konsumen dan calon konsumen. Video ini dirangkai sedemikian rupa agar konsumen dan calon konsumen dapat paham dan mengerti apa saja yang akan mereka dapati jika berkunjung ke Café Teras Muzaka.

## 3. Tujuan atau sasaran

Remaja (15 Tahun) hingga Dewasa (35 Tahun) menjadi sasaran video company profile Café Teras Muzaka.

### ***Tahap Produksi***

Pada titik ini, Cafe Teras Muzaka menjadi lokasi proses produksi yang memanfaatkan berbagai pendekatan pengambilan gambar untuk mengoptimalkan hasil:

1. Menyesuaikan pengaturan kamera, mulai dari kecepatan rana, bukaan lensa, dan ISO, sesuai dengan pencahayaan sekitar.
2. Memulai tahap perekaman gambar sesuai storyboard dan outline.

### ***Tahap Pasca Produksi***

Ini bergerak ke fase pengeditan saat prosedur perekaman lapangan selesai. kemudian dilakukan tindakan selanjutnya:

1. Pengelompokan File



Gambar 1. Pengelompokan file  
Sumber: Dokumen pribadi (2023)

Untuk mempermudah proses pengeditan, file yang berbeda akan dikelompokkan pada saat ini.

## 2. Pengeditan Video

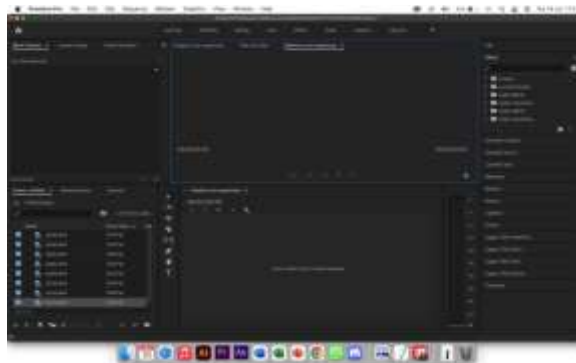
Membuka Adobe Premiere Pro 2020 memulai proses pengeditan video.



Gambar 2. Prosedur Pembukaan Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

Setelah terkumpul, file-file tersebut diimpor ke dalam program Adobe Premiere Pro 2020, dimana materi videonya diedit sesuai dengan ide pada storyboard yang telah dibuat sebelumnya.



Gambar 3. Mengimpor video ke Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

Lanjutan dan gabungan footage setelah memuat file ke Adobe Premier Pro CC 2020.



Gambar 4. Progres Gabungan Footage di Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

Setelah video disatukan menjadi satu kesatuan, color grading diterapkan untuk meningkatkan keindahan video dan memberikan kekuatan visual lebih pada video profil perusahaan. Hal ini membuat target audiens yang menonton dimanjakan dengan visual memukau dalam video ini.



Gambar 5. Color Grading Video Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

### 3. Bacsound

Pencampuran audio yang telah diedit dengan cermat digunakan untuk seluruh bacsound.



Gambar 6. Proses Tambah Background di Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

#### 4. Export Video



Gambar 7. Proses Export Video di Adobe Premiere Pro 2020

Sumber: Dokumen pribadi (2023)

Video diproduksi dan diexport dalam format mp4 dengan resolusi 1920x1080p setelah prosedur pengeditan video selesai.

#### 5. Publikasi

Video company profile Café Teras Muzaka selesai diedit, langkah selanjutnya adalah publisitas. Video ini akan dibagikan secara online melalui Instagram reels dan platform Instagram instastory.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Video Company Profile Café Teras Muzaka berdasarkan hasil perancangannya. Untuk memulai, kumpulkan informasi tentang cara membuat video profil perusahaan yang kuat dan

berguna untuk Cafe Teras Muzaka. Untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat, penulis harus melakukan studi observasi, wawancara, dan prosedur dokumentasi di lokasi Cafe Muzaka Teras.

Video Company Profile Café Teras Muzaka bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan dengan menggunakan produk akhir sebagai media utama yaitu video company profile. Pelanggan dan calon pelanggan dapat belajar secara visual tentang berbagai fasilitas yang ditawarkan di Cafe Teras Muzaka dengan bantuan media yang efektif berupa video company profile, yang tentunya akan menggugah minat untuk berkunjung dan menginformasikan tentang Cafe Teras Muzaka.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Anshori. 2015. *Company Profile Sebagai Media Promosi*. Jakarta : RajawaliPres
- Kurniawan, A., & Sidiq, S. S. (2016). *Penerapan Personal Hygiene Pada Karyawan Food and Beverage Service Hotel Aryaduta Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Kusumo, F., & Sulartopo. (2019). *Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang*. 12(1).
- Munir. 2012. *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Mussahada, Muh. Husen. (2010). *Membuat Company Profile*. Yogyakarta : Skripta Media Creative.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.