

## ABSTRAK

### PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA PT CAKRAWALA HADI DINAMIKA

Muhammad Hanif Sabdatama.<sup>1)</sup>, Gandung Anugerah Kalbuadi, S.Ds., M.Ds.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Pada zaman saat ini video telah menjadi salah satu media paling dominan dalam era digital. Video merupakan serangkaian gambar gerak yang disertai suara yang membentuk suatu kesatuan yang dirangkai menjadi alur, dengan pesan pesan didalamnya. Video memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan kita. Mulai dari pendidikan maupun bisnis. Dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Video promosi dipilih karena memiliki potensi besar dalam menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan menghibur, sesuai dengan kegiatan outbound yang seringkali diadakan perusahaan. Selain video promosi, perusahaan juga akan menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube* sebagai platform untuk menempatkan video promosi mereka. Pemilihan media promosi menggunakan video disebabkan karena sebelumnya PT Cakrawala Hadi Dinamika belum pernah melakukan promosi menggunakan media video promosi. Dan dimana pada zaman sekarang internet dan teknologi berpengaruh pada kehidupan kita sehari-hari. Sehingga perancangan video promosi lebih baik untuk diaplikasikan ke dalam platform media seperti *Instagram*, dan *Youtube*. Media online, terutama media sosial, dipilih karena efektifitasnya dalam mencapai target audiens. Elemen-elemen video seperti sinematografi, pengambilan jarak, sudut pandang, dan gerakan kamera juga dibahas sebagai bagian penting dalam pembuatan video promosi yang menarik. Video promosi dipilih sebagai salah satu output media karena potensi besar dalam meningkatkan brand awareness. Perancangan video promosi diarahkan untuk memanfaatkan platform media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*, yang menjadi dominan dalam era digital. Video tidak hanya berperan dalam pendidikan, tetapi juga dalam dunia bisnis sebagai sarana efektif untuk pemasaran dan komunikasi. Dalam konteks perusahaan, promosi menjadi aktivitas penting yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan meningkatkan pasar sasaran. Oleh karena itu, solusi yang diusulkan adalah penggunaan video promosi dan elemen-elemen lain seperti poster dan merchandise. Video promosi akan ditempatkan di platform media sosial yang populer seperti *Youtube* dan *Instagram*, sesuai dengan tren konsumen saat ini.

**Kata kunci:** Promosi, Video, brand awareness

Pustaka :

Tahun publikasi :

