

DETAIL TUGAS	
Judul Tugas	MEMBUAT VIDEO KOMERSIL PERUSAHAAN
Tipe Tugas	TEAM
Tahap Aktivitas	PROSES BISNIS
Departemen	IT & DESAIN
Durasi	3 PERTEMUAN, 6 JAM PELAJARAN
TUJUAN PEMBELAJARAN	OUTPUT
- Menganalisis contoh video komersil untuk mengidentifikasi elemen penting promosi visual. - Mengembangkan konsep, naskah, dan storyboard video sesuai tujuan dan brand perusahaan. - Memproduksi dan mengevaluasi video komersil hingga siap dipublikasikan.	Video Komersil Perusahaan

PENDAHULUAN

Video komersil adalah bentuk promosi visual yang menggabungkan elemen gambar, suara, dan narasi untuk menyampaikan pesan bisnis secara kuat dan efektif. Dalam konteks bisnis virtual, video ini berfungsi untuk membangun citra perusahaan, memperkenalkan produk atau jasa, serta menarik perhatian target pasar. Durasi ideal video iklan berkisar antara 30 hingga 90 detik, sehingga penting bagi pembuat video untuk menyusun pesan dengan ringkas, menarik, dan mudah dipahami.

No	AKTIFITAS
1	Studi Referensi & Analisis Arahkan VP dan anggota tim untuk mempelajari contoh-contoh video iklan (TV, YouTube, Instagram Ads, dll.) yang relevan dengan target pasar perusahaan virtual mereka. Gunakan rubrik penilaian video komersil dari Portal VCI sebagai panduan lalu identifikasi elemen penting seperti - Gaya penyampaian - Struktur cerita - audio visual - durasi - call to action.
2	Pengembangan Konsep & Penulisan Naskah Diskusikan dan tentukan: - Tujuan utama video (Brand awareness, peluncuran produk, edukasi, dll.) - Pesan kunci dan tema yang ingin disampaikan. Lanjutkan diskusi kepada penulisan naskah video (script) lengkap, termasuk narasi atau dialog yang akan dibacakan dalam video. Pastikan naskah memperhatikan emosi, logika, dan nilai brand perusahaan virtual. <i>Catatan: Contoh penulisan naskah dapat di unduh melalui google atau AI</i>

3	Pembuatan Storyboard Untuk mempermudah visualisasi pengambilan gambar, diskusikan pembuatan story board, Gunakan <i>story board</i> dengan format yang sudah disediakan berdasarkan naskah. Gambarkan setiap adegan secara sederhana, tuliskan deskripsi adegan, teks narasi, dan rencana suara (musik/efek).
4	Produksi Video Tentukan dan persiapkan: • Pemimpin tim produksi dengan minat/keterampilan videografi. • Alat rekam (kamera HP, DSLR, mikrofon clip-on, tripod, dll.). • Lokasi syuting (indoor/outdoor), dengan memperhatikan pencahayaan dan gangguan suara. • Pemeran atau model, baik dari internal maupun eksternal tim. • Waktu pengambilan gambar, dengan mempertimbangkan cuaca dan pencahayaan alami. Buat jadwal syuting agar proses efisien dan terorganisir.
5	Editing & Penyempurnaan Gunakan software penyuntingan video seperti CapCut, Canva, iMovie, Adobe Premiere, atau aplikasi mobile sederhana lainnya. Tambahkan elemen visual dan audio seperti: - o Logo perusahaan - o Musik latar bebas lisensi - o Subtitle - o Call to action Pastikan hasil akhir tidak melebihi 90 detik dan memiliki kualitas audio visual yang jelas.
6	Review & Revisi • Tampilkan versi awal kepada Chief of Marketing, CEO, COO, dan fasilitator untuk memperoleh umpan balik. • Lakukan revisi berdasarkan masukan yang diterima (alur cerita, durasi, kualitas suara, pesan, dll.)
7	Publikasi & Pelaporan Setelah mendapatkan persetujuan dari CEO, COO, dan fasilitator, unggah video ke platform sosial media perusahaan. Kirimkan tautan video ke tim VCI untuk dokumentasi dan keikutsertaan dalam kompetisi video iklan (jika ada).

REFERENSI

1. [Rubrik Penilaian Video Komersil – Portal VCI] – [LINK](#)
2. "How to Make a Great Commercial Video" (HubSpot, Biteable)

FORMAT TUGAS

1. Story Board – [LINK](#)
2. Social Media Content Plan – [LINK](#)