

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA SMAN 3 TANJUNG BALAI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI

Indah Permata Ria Zebua

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IBBI

ABSTRAK

Penelitian dilakukan di SMAN 3 Tanjung Balai yang merupakan Sekolah Negeri yang berada di Kota Tanjung Balai Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan Untuk memberikan informasi mengenai SMAN 3 Tanjung Balai kepada calon siswa/i dan masyarakat agar lebih mengenal identitas sekolah SMAN 3 Tanjung Balai secara lebih detail mengenai segala hal yang berkaitan dengan informasi sekolah. Penulis akan membuat sebuah video *company profile* yang dapat menunjang media promosi dan informasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*), Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Dalam perancangan pembuatan video *company profile* ini dilakukan melalui tiga tahapan diantaranya pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dari hasil perancangan video *company profile* tersebut diharapkan dapat meningkatkan promosi dan informasi kepada calon siswa/i dan masyarakat yang ingin lebih tahu jelas mengenai mengenal identitas sekolah SMAN 3 Tanjung Balai.

Kata Kunci : SMAN 3 Tanjung Balai, Media Promosi dan Informasi, Video *Company Profile*

ABSTRACT

The research was conducted at SMAN 3 Tanjung Balai, which is a state school in Tanjung Balai City, North Sumatra Province. This research aims to provide information about SMAN 3 Tanjung Balai to prospective students and the public so that they know more about the identity of the SMAN 3 Tanjung Balai school in more detail regarding all matters related to school information. The author will create a company profile video that can support promotional and information media. The research method used in this research is the MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) method. Data collection was carried out by means of observation, interviews and literature study. The design of making a company profile video is carried out through three stages, including pre-production, production and post-production. From the results of designing the company profile video, it is hoped that it can increase promotion and information to prospective students and the public who want to know more clearly about the school identity of SMAN 3 Tanjung Balai.

Keywords: SMAN 3 Tanjung Balai, Promotional Media and Information, Company Profile Video

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi dan komunikasi berkembang begitu pesat, khususnya di bidang multimedia. Hal ini menuntut lembaga atau organisasi pendidikan untuk mengembangkan informasi melalui media yang berbeda seiring perkembangannya. Adanya kebutuhan yang mendesak akan berbagai sarana informasi dan promosi, maka diperlukan media promosi yang interaktif dan efektif untuk menarik calon siswa baru. Salah satu media yang interaktif dan efektif adalah media audio visual.

Media audio visual merupakan media informasi dan promosi yang sangat mudah diterima oleh masyarakat luas karena penyampaian informasinya yang komunikatif, dimana pada media tersebut penyampaian pesan dan informasinya dapat divisualisasikan secara jelas melalui bentuk visual dan audio. Saat ini Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 3 Tanjung Balai yang beralamat di Jalan SMAN III, Kelurahan

Gading, Kecamatan Datuk Bandar, Kota Tanjung Balai, merupakan sekolah yang cukup berkembang pesat dengan berbagai prestasi yang sangat membanggakan, baik dibidang akademik maupun non akademik. Dengan memberikan berbagai fasilitas dan ilmu yang mengedepankan kualitasnya, SMAN 3 Tanjung Balai dapat menjadi lembaga Pendidikan negeri unggulan di Kota Tanjung Balai.

Dalam media informasi dan promosinya, saat ini SMAN 3 Tanjung Balai belum memiliki media informasi yang interaktif dan menarik sebagai proses pengenalan profil SMAN 3 Tanjung Balai secara keseluruhan. Karena media sebelumnya masih menggunakan media komunikasi visual seperti spanduk, brosur, *banner* dan *slide* presentasi dalam bentuk *slideshow power point*. Dan hanya dari profil yang ada pada *website* kemendikbud saja media promosi SMAN 3 Tanjung Balai dapat di lihat, sehingga pengetahuan informasi dan promosi yang ada mengenai sekolah secara keseluruhan masih sangat kurang. Dengan dilakukannya analisa terhadap permasalahan yang ada yaitu kurang lengkapnya informasi mengenai sekolah ini dan belum terdapatnya video *profile* sebagai media promosi yang interaktif, maka dirancang sebuah perancangan karya audio visual dalam bentuk *company profile* berbasis video agar calon siswa/i lebih mengenal identitas sekolah SMAN 3 Tanjung Balai secara lebih detail dan dapat memudahkan pihak sekolah dalam memperkenalkan informasi mengenai sarana dan prasarana serta prestasi sekolah kepada calon siswa/i.

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah yang ada dalam penelitian, maka diperoleh perumusan masalah, yaitu bagaimana merancang *company profile* sebagai media promosi dan informasi pada SMAN 3 Tanjung Balai ?

Landasan Teori

Video

Menurut (Arsyad, 2011) menyatakan bahwa video merupakan gabungan beberapa banyak *frame* yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital. Sedangkan Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan dari gambar-gambar yang disusun dan akan ditampilkan secara berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu.

Company Profile

Menurut (Haryoko, 2012) *Video Profile* adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu.

Sekolah

Menurut (Abdullah Idi, 2011), kata Sekolah berasal dari bahasa Latin, yaitu *skhole*, *scola*, *scolae* atau *skhola* yang berarti waktu luang atau waktu senggang.

Media

(Suryadi, 2019) mendefinisikan media adalah segala sesuatu yang menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima.

Promosi

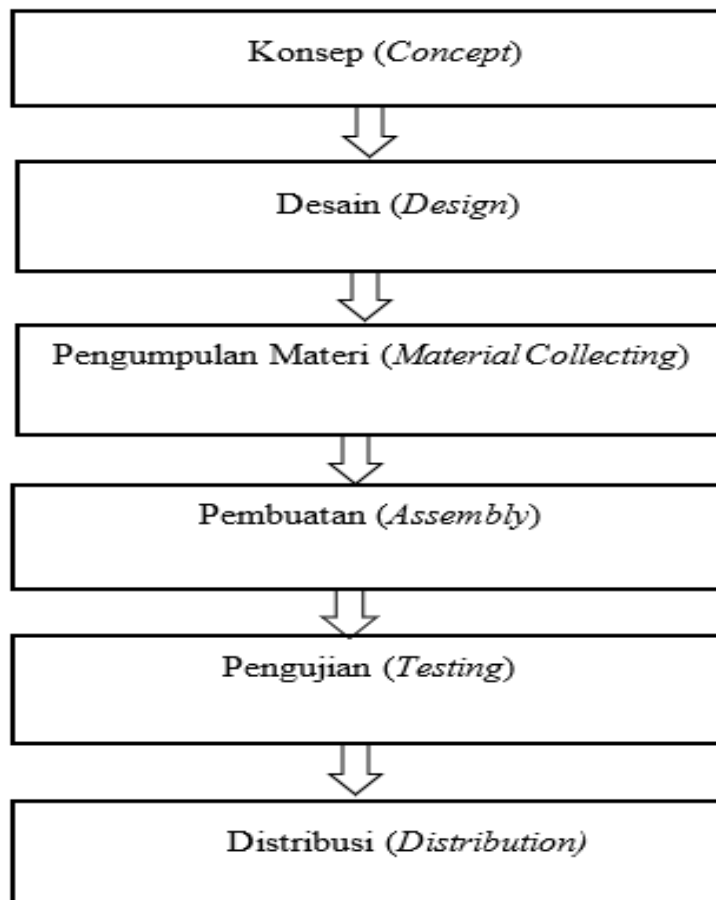
Menurut (Tjiptono, 2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Informasi

Menurut (Kelly G.S, 2011), informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.

2. METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian Skripsi yang berjudul “Perancangan Video *Company Profile* Pada SMAN 3 Tanjung Balai Sebagai Media Promosi Dan Informasi”, Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode MDLC. Metode MDLC terdiri dari 6 langkah yaitu *concept, design, material collection, assembly, testing dan distribution*. Gambar 3.1 berikut. Ini adalah enam langkah yang termasuk dalam metode MDLC.



Gambar 1. Metode Penelitian

Metode Analisa dan Perancangan

Setelah data-data pendukung dalam pengerjaan Skripsi telah diperoleh melalui metode studi kepustakaan dan metode observasi, maka selanjutnya data-data tersebut akan digunakan sebagai data untuk perancangan video company profile. Dalam metode analisa dan perancangan ini, terdapat beberapa proses, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi untuk dapat menyelesaikan perancangan video.

Pra Produksi

Tahap awal dalam metode analisa dan perancangan adalah proses pra produksi. Konsep adalah tahapan awal dari proses sebelum melakukan pengerjaan perancangan video company profile.

1. Konsep (Concept)

Pada tahap ini yang harus diperlihatkan adalah bagaimana peneliti menentukan suatu konsep dasar untuk perancangan video company profile seperti pengumpulan informasi, tampilan dan menunjukkan keunggulan dari sekolah seperti, sarana dan prasarana, prestasi yang akan di promosikan.

Produksi

Tahap kedua yaitu proses produksi, pada bagian ini peneliti mulai melakukan pembuatan objek-objek video company profile yang dibutuhkan pada saat pengambilan video nanti.

1. Desain (Design)

Tahap pertama adalah pembuatan desain, pada tahap ini peneliti membuat perencanaan atau gambaran secara rinci mengenai rancangan video yang akan dibuat. Peneliti juga dapat membuat perincian mengenai objek apa saja yang akan dirancang terlebih dahulu.

2. Pengumpulan Materi (Material Colleting)

Tahap ini merupakan proses dalam mengumpulkan bahan yang meliputi video, gambar, suara dan objek-objek pendukung lain yang dibutuhkan dalam proses pembuatan video company profile SMAN 3 Tanjung Balai yang akan dirancang nantinya.

3. Pembuatan (Assembly)

Tahap assembly (pembuatan) adalah tahap dimana semua objek atau bahan multimedia dibuat. Pembuatan video didasarkan pada flowchart. Semua objek atau material dibuat dan digabungkan menjadi satu video yang utuh.

Pasca Produksi

Setelah selesai melakukan seluruh tahapan pada proses produksi, proses terakhir yang harus dikerjakan adalah proses pasca produksi. Proses pasca produksi merupakan proses dimana hasil dari pembuatan video company profile ini diuji dan dipublikasikan. Tahap yang terdapat pada

proses ini meliputi tahap pengujian dan tahap pendistribusian. Pengujian dimulai ketika perancangan video company profile telah selesai dan telah menghasilkan sebuah video company profile, sedangkan distribusi dilakukan setelah hasil video yang diedit telah diuji dan telah melalui langkah finishing serta sudah dalam bentuk video.

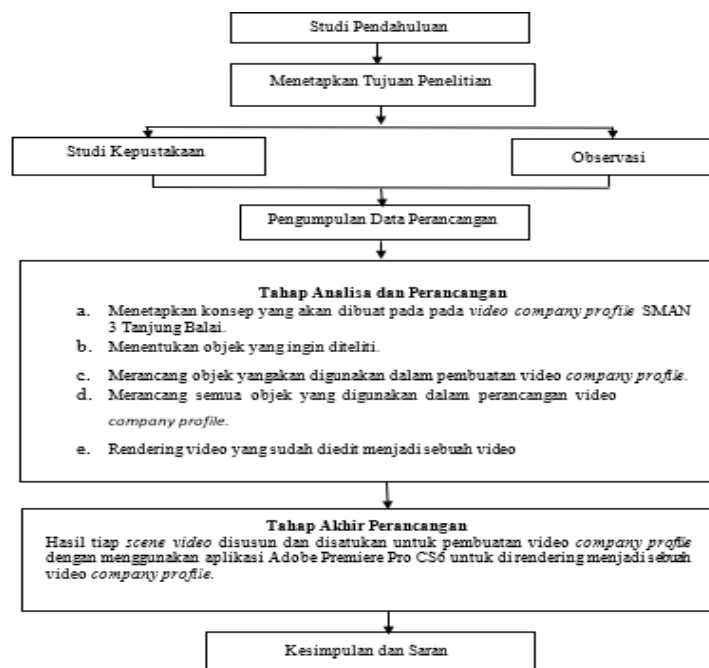
1. Pengujian (Testing)

Tahap pengujian (Testing), seluruh hasil video profile SMAN 3 Tanjung Balai akan diuji untuk melihat apakah masih ada terdapat kesalahan pada hasil video. Setelah hasil video yang diedit tidak ditemukan adanya kesalahan apapun maka akan dilakukan finishing. Langkah finishing adalah langkah membuat setiap scene objek dalam bentuk video, serta menambahkan elemen-elemen pelengkap seperti video pembuka dan penutup serta suara latar (background) pada video lalu dilakukan proses rendering video. Setelah itu akan dilanjutkan kebagian tahapan terakhir yaitu tahap distribusi.

2. Distribusi (Distribution)

Tahap distribusi merupakan tahapan terakhir, karena pada tahap ini peneliti akan mempublikasikan dan menyebarkan hasil dalam bentuk video melalui berbagai media yang ada kepada masyarakat luas serta melakukan penggandaan video dengan media penyimpanan atau dengan menggunakan jaringan.

Adapun langkah-langkah penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut:



Gambar 2. Metode Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Proses Pra Produksi

Dalam pembuatan *video company profile* menggunakan software *Adobe Premiere Pro*. Peneliti juga memberikan ketentuan *Hardware* dan *Software* yang diperlukan agar aman saat melakukan pengeditan dan render video dengan tujuan kenyamanan bagi peneliti. Dengan perangkat yang mumpuni akan mempermudah untuk menuangkan ide kreativitas seperti dalam hal pemberian *effect*, *sound*, gambar atau video dalam pengeditan karena apabila perangkat lambat atau kurang mendukung pekerjaan berat seperti *editing* video maka hasil *editing* yang dihasilkan akan kurang maksimal.

b. Proses Produksi

Pada tahap produksi ini peneliti melakukan pengambilan video secara langsung di SMAN 3 Tanjung Balai dan melakukan proses pengeditan *video company profile* yang sudah di *shoot* dari kamera dan sudah diinput ke aplikasi *Adobe Premier Pro*. Peneliti mulai mempersiapkan bagian-bagian yang akan diambil video pada SMAN 3 Tanjung Balai yang akan diperlukan peneliti sesuai dengan *scence-scene* yang sudah dirancang dalam *storyboard*.

c. Proses Pasca Produksi

- Testing

Tahapan *Testing* adalah dengan melihat apakah ada kesalahan dalam sebuah pengerjaan proyek video sebelum dirender atau tahap akhir eksport video berformat mp4. Tahap ini kita melakukan rendering agar video yang sudah kita kerjakan menjadi format video. Dalam rendering dalam aplikasi *Adobe Premiere Pro* kita diberikan beberapa pilihan format bentuk video yang kita inginkan. Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian dimana pengujian dilakukan oleh peneliti agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan ekspetasi yang sudah dikonsepsi oleh peneliti sebelum diedarkan di media sosial atau kebutuhan sekolah.

- Finishing

Setelah melalui serangkaian proses dalam pembuatan *video company profile* akhirnya video sudah selesai dibuat akan tetapi pastikan bahwa video sudah benar-benar sesuai dan tidak ada informasi yang terlewat maupun *mistake* didalamnya. Maka selanjutnya adalah proses rendering. *Settingan Rendering* yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 3. Dibawah ini:



Gambar 3. Tahap *Finishing*

- **Distribusi**

Tahapan Distribusi ini adalah hasil video yang sudah dirender atau ekspor yang sudah disimpan dalam memori penyimpanan internal seperti RAM dan ROM atau penyimpanan eksternal seperti CD, flashdisk sesuai kebutuhan peneliti. Video tersebut akan dipublikasikan di sosial media atau keperluan SMAN 3 Tanjung Balai sebagai media promosi untuk mengembangkan karya video company profile khususnya bagi Mahasiswa Universitas IBBI.

4. KESIMPULAN

Dengan menggunakan perangkat lunak Adobe Premier Pro, dan Photoshop maka dihasilkan sebuah video profile yang lebih menarik minat siswa/l dan masyarakat. Video profile yang dihasilkan dengan menggunakan Teknik video transitions, audio transititons dan text tentunya akan menarik minat siswa/l dan masyarakat, ditambah dengan penyebaran di media sosial sehingga para siswa/l tertarik untuk melanjutkan di SMAN 3 Tanjung Balai.

REFERENSI

- Abdullah Idi. (2011). Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan. Rajawali Pers.
- Arsyad, A. (2011). Media Pembelajaran. Rajawalli Pers.
- Haryoko, T. (2012). Pembuatan Video Company Profile Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. Universitas Surakarta.
- Kelly G.S. (2011). Quercetin. *Alternative Medicine Review (AMR)*, 16(2).
- Suryadi, Edi. , dkk. (2019). Metode Penelitian Komunikasi. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Andi.