

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFIL DI SMAN 2 TEMBILAHAN

¹Sandi Arjun Pratama, ¹Samsudin, ¹Bayu Rianto
¹Universitas Islam Indragiri

Email: samsudinsadek@gmail.com (korespondensi)

Abstract

Currently, the media for the introduction of the SMAN 2 Tembilihan school still uses brochures, banners and the school website. The media used by this school is very expensive, especially in its production and is less popular in the community. With the creation of a video company profile based on interactive multimedia and using the multimedia development life circle (MDLC) method, the result of the concept being studied is the design of a video company profile for SMAN 2 Tembilihan and the results of this design produce storyboard results, editing design for collecting materials produces data- video data that is taken and generated at the stage of making the finished video. The results of the questionnaire of five questions that answered normally out of 6 total number of respondents there were 12% for those who answered agreed there were 32 the total number of respondents yielded a percentage of 64% and those who answered strongly agreed with 12 with a percentage of 24%. The results of the questionnaire show that the video display is very interesting and easy to understand, with this company profile video it is very helpful and improves information services in the form of videos in the community and the world of informatics.

Keywords: *Company Profile Video Design, School Promotion Video*

Abstrak

Saat ini media pengenalan sekolah SMAN 2 Tembilihan masih menggunakan brosur, spanduk dan website sekolah. Media yang digunakan sekolah ini banyak memakan biaya apalagi dalam produksinya dan kurang diminatai di masyarakat. Dengan adanya pembuatan video company profil berbasis multimedia interaktif dan menggunakan metode multimedia development life circle (MDLC) hasil dari konsep yang diteliti adalah perancangan video company profil SMAN 2 Tembilihan dan hasil dari perancangan ini menghasilkan hasil dari storyboard, desain editing pengumpulan bahan menghasilkan data-data video yang diambil dan dihasilkan di tahap pembuatan video yang sudah jadi. Hasil dari kuisisioner dari lima pertanyaan yang menjawab biasa aja dari 6 jumlah total keseluruhan responden ada 12% untuk yang menjawab setuju ada 32 jumlah total keseluruhan responden menghasilkan persentase 64% dan yang menjawab sangat setuju dengan jumlah 12 dengan persentase 24%. Hasil dari kuisisioner nya adalah tampilan video sangat diminati dan mudah dipahami, dengan adanya video company profil ini sangat membantu dan meningkatkan layanan informasi berbentuk video di masyarakat dan dunia informatika.

Kata kunci: *Perancangan Video Company Profil, Video Promosi Sekolah*

1. PENDAHULUAN

Sekolah penggerak adalah upaya untuk mewujudkan visi pendidikan Indonesia dalam mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian melalui terciptanya pelajar Pancasila. Program sekolah penggerak berfokus pada pengembangan hasil belajar siswa secara holistik yang mencakup kompetensi dan karakter, diawali dengan sdm yang unggul.

Program sekolah juga merupakan penyempurnaan program transformasi sekolah sebelumnya, program sekolah penggerak akan akselerasi sekolah negeri/swasta di seluruh kondisi sekolah untuk bergerak 1-2 tahap lebih maju program ini dilakukan bertahap dan terintegrasi dengan ekosistem hingga seluruh sekolah di Indonesia menjadi program sekolah penggerak. Sehingga menciptakan sumber daya yang unggul (kepala sekolah dan guru)

kepala sekolah dan guru di anggap sebagai motor penggerak dalam menumbuhkan kompetensi dan karakter yang dapat di kembangkan. Perlu adanya hubungan yang setara antara kepala sekolah dan guru dalam menciptakan program sekolah yang mendukung pembelajaran yang berpartisipasi aktif dalam menciptakan pembelajaran yang mandiri dan relevan. Maka dari itu di perlukanya kolaborasi antara guru dan siswa sehingga menciptakan pengetahuan dengan berbagai pengalaman belajar yang dapat menghindari pelajaran yang sama saja, dan membosankan, selain itu dengan adanya kolaborasi akan mempercepat penyebaran pengetahuan yang menarik, yang dapat di pelajari oleh siapa saja yang menjadi mitra belajar. Kolaborasi memiliki semangat dalam membina belajar tentang apa saja. Selain itu Dengan berkembangnya teknologi yang begitu pesat begitu juga dengan media-media informasi dan promosi yang ada saat ini, berbagai informasi didapatkan melalui media, baik media cetak maupun media media elektronik sehingga sangat dibutuhkan dan juga video editing/ company profil bagi sekolah sekolah yang ingin di promosikan dengan video editing [1].

Company profil merupakan bagian sangat penting karena dengan adanya company profile disekolah sangat membantu dalam memperkenalkan/mempromosikan sekolah tersebut agar terkenal. Untuk memudahkan dalam mengenalkan informasi sekolah kepada masyarakat Indragiri hilir, khususnya di tembilahan. Sehingga sangat efektif di saat teknologi yang semakin maju selain itu dibutuhkan nya media komunikasi sebagai informasi dan promosi yang menarik, dalam menyampaikan sebuah informasi yang di buat kedalam bentuk video editing agar terlihat menarik dan mudah di pahami dalam penyampainya [2]. Video editing sangat lengkap karena video memiliki unsur visual yang nyata gerak, suara, gambar dan banyak unsur musik dalam satu unit yang disebut multimedia video editing adalah serangkaian proses edit terhadap klip video hasil dari proses shooting dimana pada proses ini seorang editor memilih atau menyunting gambar dalam bentuk video tersebut [3]. Dengan adanya macam- macam bentuk karya seni yang menggunakan aplikasi computer sebagai perancangan sebuah karya, contohnya film dokumenter, iklan, company profil dan berbagai bentuk rancangan komunikasi visual lainnya. Dalam hal ini terbukti bahwa perancangan video editing meningkat dengan baik sehingga bisa mengikuti perkembangan teknologi yang

sudah maju dan berkembang begitu pesat [4].

SMA NEGRI 2 TEMBILAHAN adalah salah satu sekolah pendidikan dengan jenjang sma di sungai beringin kecamatan tembilahan, kabupaten Indragiri hilir, riau. Dalam menjalankan kegiatannya, Sma Negeri 2 Tembilahan berada di bawah naungan kementerian pendidikan dan kebudayaan. Dalam mempromosikan sma negeri 2 tembilahan menggunakan media multimedia berbasis video editing. Berdasarkan hasil wawancara yg dilakukan pada Sma Negeri 2 Tembilahan promosi yang di lakukan menggunakan video editing agar bisa menarik minat siswa/siswi. Dan masih Kurangnya profil tentang ekstrakurikuler di sekolah Sma Negeri 2 Tembilahan.

Video profil atau company profil merupakan sebuah gambaran atau contoh mengenai instansi perusahaan atau riwayat seseorang dalam mencapai kesuksesan, dalam hal ini hasil karya yang telah di hasilkan serta di terima di kalangan masyarakat luas. Video profil sangat berguna untuk menarik calon siswa/siswi baru bagi sma negeri 2 tembilahan serta meningkatkan citra sekolah agar semakin di kenal, selain itu melalui perancangan video profil ini akan meningkatkan minat masyarakat sekitar lebih tertarik untuk bersekolah di sman 2 tembilahan [5].

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan literatur dalam sebuah penelitian berguna sebagai dasar atau landasan teori yang dipergunakan dalam penelitian tersebut. Landasan teori tersebut dapat berupa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki topik serupa atau pendapat para pakar yang ahli dalam subjek yang kita teliti. Dan terdapat beberapa jurnal yang diambil dari penelitian terdahulu yang akan di jelaskan di bab ini.

2.1. Perancangan video company profil

Video Company Profile adalah media informasi yang di dalamnya memuat tentang sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, produk, proses produksi, our client, fasilitas, serta penghargaan yang pernah di raih. Profil perusahaan (corporate profile) atau istilah lainnya company profile adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman. Sedangkan fungsi dari

company profile itu sendiri yang paling utama adalah sebagai media untuk menyimpan data atau file yang berisi tentang profil perusahaan, manajemen perusahaan dan data-data yang lain yang dapat digunakan sebagai media untuk berpromosi, ataupun hanya sebagai untuk memperkenalkan perusahaan kepada pasar atau audience. Company profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya. Selain itu, company profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak – pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut. Company Profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value, product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas. Corporate value atau nilai – nilai perusahaan tercermin dalam beberapa hal yaitu sejarah berdirinya usaha, visi dan misi usaha, struktur organisasi, dan kinerja perusahaan. Sedangkan product value atau nilai – nilai produk juga tercermin dalam beberapa hal yaitu produk itu sendiri, harga, promosi, cara mendistribusikan produk, sumber daya manusia, proses yang ditampilkan sehingga konsumen tertarik, dan penampilan fisik dari produk tersebut.

2.2. Definisi Company Profile

Company profile (Rachmat Kriyantono) adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat company profile berdasarkan kepentingan publik sasaran. Menurut kamu besar Bahasa Inggris –Indonesia (Jhon M. Echols dan Hassan Shadily), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tapi saling terkait, yakni kata “*company*” dan “*profile*”, dimana kedua kata tersebut dapat diartikan berdasarkan kamus (Echols dan Shadily 131, 449). *Company* sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma, perseroan,

persekutuan, kompi, dan rombongan. Sedangkan *profile* merupakan tampang, penampang dan riwayat. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan media mengenai jati diri perusahaan yang berisikan segala aktivitas perusahaan, budaya perusahaan, serta keunggulan dari perusahaan itu semua[6]

2.3. Unsur Company Profile

Banyak hal yang bisa ditulis dalam *company profile*. Tetapi, secara umum isi *company profile* mencakup :(a). Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan, dll.(b)Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang. (c) Identitas perusahaan, termasuk disini logo, *uniform*, *interior* gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas *audio visualnya*.(d) Visi, misi, strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa operasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang matang dan berkeselimbangan. Sebagai jaminan masa depan bisnis yang berkelanjutan.(e) Pada akhirnya menciptakan kepercayaan publik, bahwa masa depan perusahaan terjamin.

2.4. Review Penelitian terdahulu

Tabel 1. Review Penelitian terdahulu

Judul	Kesimpulan
perancangan dan Implementasi video profile sekolah sma tenera / Asep Didi Kurniadi & Tony Wibowo	bertujuan untuk membantu sekolah SMA Tenera dalam memperkenalkan serta mempromosikan sekolahnya kepada calon peserta didik. Video ini berisi penjelasan dan informasi singkat seputar Sekolah SMA Tenera, footage lingkungan sekolah, lokasi dan alamat sekolah, kegiatan sekolah, dan kegiatan sistem belajar mengajar di sekolah.
Pembuatan video iklan sebagai media promos Universitas Muhammadiyah Metro/Fahmi, Ch aeriyanama&M ustika&Muham mad Demisi Dupri	Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi pada Universitas Muhammadiyah Metro. Untuk melengkapi media promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan sebagai media promosi baru pada Universitas Muhammadiyah Metro.
Perancangan dan Pembuatan	Bertujuan untuk mempromosikan usaha

Video Company Profile PT Batam Indone sia Gemilang/ Tony Wibowo& Jerremy Alexander	distributor PT Batam Indonesia Gemilang kepada masyarakat, dan juga mempromosikan ke platform sosial media yotube sehingga lebih di kenal luas.
Perancangan Video Company Profile Café 89 Degrees Coffee & Roastery / Deli&Tony Wirawan	Bertujuan untuk mempromosikan Café 89 Degrees Coffee & Roastery agar di sukai kalangan remaja untuk bisa bersantai di café, selain itu juga untuk meningkatkan penjualan. dengan adanya video company profile bisa membantu usaha UMKM ke pada masyarakat.
Perancangan video company profile pada HOTEL de JAVA bandung / Dion Eko Valentino, Muhamad Jodi	Bertujuan untuk merancang video Company Profile pada Hotel de Java Bandung dengan menggunakan software adobe premiere pro cc. Penelitian ini dilakukan karena masih belum ada penerapan Video Company Profile yang diaplikasikan di hotel serta tidak ada bentuk promosi hotel.
Media promosi dan informasi pada PT, Gaerdena Karya Anugrah berbentuk video company profile. / Mukti Budiarto, Ulis Bella, Nita yuliania	Dengan adanya Penyebaran informasi tersebar melalui media cetak atupun media elektronik berbentuk multimedia, dari media itulah masyarakat dapat memperoleh informasi. Bahwa untuk calon customer agar tertarik untuk memesan berbagai furniture PT. Gardena Karya Anugrah.
Perancangan Film Pendek Bertema Wisata dengan Pendekatan <i>Storytelling</i> sebagai Media Promosi Pulau Bawean / Prasetyo&Setya di	Peneliti merancang sebuah video berbasis <i>storytelling</i> yang menggambarkan keindahan objek pariwisata di pulau Bawean serta untuk meningkatkan kualitas promosi kabupaten Gresik di bidang digital. Video ini kemudian akan diimplementasikan dalam sosial media

Melalui hasil penelitian terdahulu, penulis akan merancang sebuah video *company profile* untuk Sma Negeri 2 Tembilahan guna memperkenalkan dan mempromosikan sekolah kepada masyarakat seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Asep Didi Kurniadi & Tony Wibowo, yang bertujuan untuk memperkenalkan sekolah dan mempromosikan kepada calon peserta didik dan meningkatkan minat para calon siswa/siswi [7]. Fahmi Chaeriyantama& Mustika& Muhammad Demsi Dupri untuk

memperkenalkan menggunakan media promosi melalui media cetak dan secara lisan agar memeberikan kemudahan kepada public untuk menegnali fakultas-fakultas yang ada di Universitas Muhamadiyah Metro [8]. Tony Wibowo&Jerremy Alexander bertujuan untuk mepromosikan dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang usaha distributor PT Batam Indonesia Gemilang[9]. Deli&Tony Wirawan bertujuan untuk memperkenalkan café Café 89 Degrees Coffee & Roastery kepada para remaja dan masyarakat sebagai tempat nongkrong dan makan[10]. Dion Eko Valentino, Muhamad Jodi Hardiansyah bertujuan untuk membantu hotel agar lebih di ketahui masyarakat luas dalam bentuk perancangan video company profile menggunakan software Adobe Premier dan berbentuk video atau visual[11]. Mukti Budiarto, Ulis Bella, Nita yuliania yang berbentuk video company profile untuk memperkenalkan berbagi furniture menarik untuk para customer agar tertarik dengan barang tersebut dan memesan nya[12]. Prasetyo&Setyadi bertujuan untuk menggambarkan kecantikan- kecantikan objek pariwisata, keramahan penduduk, serta kegiatan yang dapat dilakukan di pulau Bawean[13]. Abrianti & Ibrahim (bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan PT Aneka Indo Makmur dan meperkenalkan produk yang ingin di jual[14]. Lusyani Sunarya, Hirzi Supriadi Saputra, Dwi Rahmadhiani bertujuan untuk memperkenalkan SMK Islamic village Karawaci Kabupaten Tangerang, serta meningkatkan citra sekolah agar semakin dikenal khalayak luas[15]. Jatikusuma sebagai Media Informasi bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kegiatan- kegiatan Sasenitala Konservasi Alam dan Budaya kepada mahasiswa dan mahasiswi institut Seni Indonesia Yogyakarta[16]

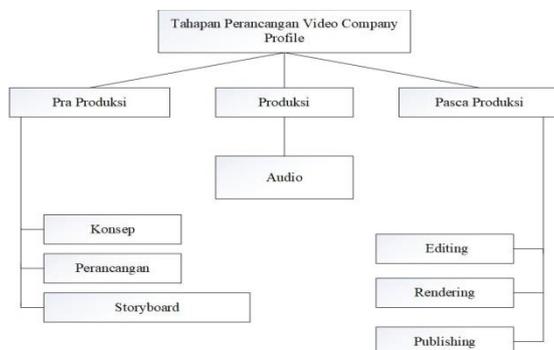
3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pendahuluan, dan kerangka penelitian. Sedangkan pada kerangka penelitian akan menjejelaskan tentang metode yang akan digunakan. Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Metode untuk pengumpulan datanya yang digunakan

adalah Observasi dan Wawancara. Sedangkan metode untuk penelitiannya adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC), digunakan untuk menarik minat para siswa/ siswi yang ingin bersekolah. Dan dengan adanya Media juga dapat menampilkan sekolah yang di minati para siswa/siswi. Alat dan bahan yang digunakan adalah laptop dengan spesifikasi Processor AMD A9, RAM 4GB. untuk perancangan videonya menggunakan Wondershare Filmora, untuk pembuatan Storyboard menggunakan web pembuat Storyboard, untuk animasi menggunakan xam.

3.1. Kerangka Penelitian

Kerangka Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pembuatan video company profile, animasi, dan pengenalan sekolah SMA NEGRI 2 TEMBILAHAN. yang dibagi menjadi tiga tahapan antara lain pra produksi, produksi dan pasca produksi. Di tahap pra produksi semua kebutuhan akan disiapkan dan disesuaikan, mulai dari pengumpulan data, analisa data, konsep cerita, script dan storyboard dan desain karakter. Pada tahap produksi dimulai dengan layout, dubbing, sound effect dan musik dan compositing . Tahap terakhir yaitu pasca produksi tahap ini dimulai dengan editing, rendering dan publishing.



Gambar 1. Tahapan Perancangan video company profile

Model tahapan perancangan video company profile ini merupakan suatu tahapan dalam membuat, memproduksi perancangan video company profile di Sma Negeri 2 Tembilahan menggunakan metode MDLC. Model ini terbagi atas 3 tahapan dan digabungkan dengan metode MDLC, tahapannya adalah sebagai berikut : tahapan Pra Produksi, Tahapan Produksi, dan Tahapan Pasca Produksi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pra Produksi

Tahapan pra produkis merupakan tahapan awal pembuatan konsep dan perancangan sebuah video.

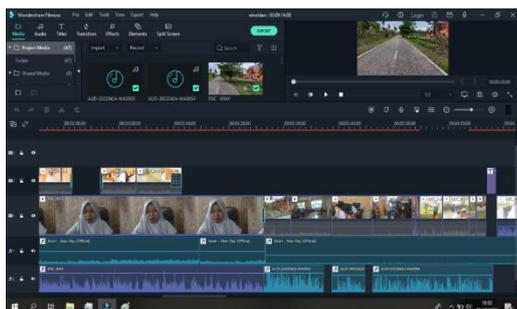
4.2. Hasil Penelitian

Tabel 2. Hasil Pengonsepan (concept)

NO	KONSEP	KETERANGAN
1	Judul	Perancangan video company profil di sman 2 tembilahan
2	Pengguna	Video ini dibuat untuk di perkenalkan kepada calon siswa/siswi yang ingin bersekolah di sman 2 tembilahan
3	Tujuan	Untuk membantu memperkenalkan sekolah kepada masyarakat dan siswa/ siswi agar mau bersekolah di sman 2 tembilahan dan dengan adanya video profil ini agar lebih menarik.
4	Gambar	Gambar yang di buat berbentuk file jpg
5	Cara Pembuatan	Pembuatan video company profil ini menggunakan software adobe premier pro sebagai proses editing dan setelah proses editing jadi hasil video ini dimasukan ke dalam bentuk web html.
6	Audio	Menggunakan file mp3 dan merekam audio menggunakan hp.
7	Video	Video pembuatan menggunakan wondershare filmora dan peampilan hasil video menggunakan vlc media.
8	Output	Hasil akhir pembuatan video ini dimasukan ke dalam Youtube.

4.3. Hasil Prancangan

Pada tahap perancangan desain video company profil ini telah di lakukan perencanaan sesuai dengan tahap konsep dalam menentukan konten video, tujuan dan lama durasi dari video hasil perancangan dan ini merupakan hasil dari editing pembuatan video dan beberapa gambaran hasil dari video yang di edit dan hasil dari screnshoot akan di jelaskan kegunaan2 atau tombol yang ada di dalam aplikasi editing.



Gambar 2. Tampilan video yang sudah di edit

Gambar 2 di atas merupakan tampilan video yang sudah jadi dan ada beberapa menu yang digunakan seperti menu media di gunakan untuk memasukan video mentahan yang akan di edit, selanjutnya menu audio berfungsi untuk menambahkan suara music, dan menu teks berfungsi untuk menambahkan kata-kata pada video, menu transisi di gunakan untuk mengatur jeda antara video, menu effect di gunakan untuk mengatur kecerahan pada gambar di dalam video.

4.4. Hasil Storyboard

Story Board adalah sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi di dalam film, atau bagian khusus yang disusun dan dilengkapi dengan dialog yang sesuai waktunya atau deskripsi adegan. Story board digunakan untuk mempermudah dan mempermudah pengambilan gambar dan berikut adalah hasil dari storyboard SMAN 2 Tembilaan.



Gambar 3. Halaman depan sekolah

Gambar 3. di atas merupakan pengambilan video pertama gedung sekolah SMAN 2 TEMBILAHAN dari depan dan durasi pengambilan video adalah 3 detik.



Gambar 4. tampilan plang sekolah dari samping

Gambar 4 di atas merupakan pengambilan video plang sekolah SMAN 2 TEMBILAHAN dari samping dan durasi pengambilan video adalah 4 detik.



Gambar 5. di depan pintu masuk sekolah ketua osisi memberikan sambutan

Gambar 5 di atas menampilkan ketua osis mengucapkan selamat datang di SMAN 2 Tembilaan untuk memperkenalkan kepada para siswa/siswi yang ingin bersekolah di SMAN 2 Tembilaan dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



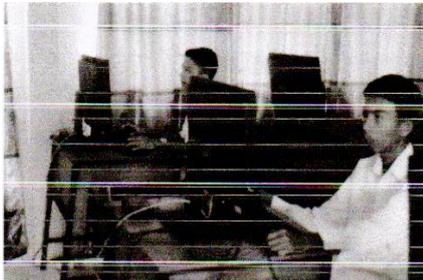
Gambar 6. tampilan sekolah dari atas menggunakan drone

Gambar 6 di atas menampilkan gedung sekolah SMAN 2 Tembilaan dari atas menggunakan drone dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 7. ibu kepala sekolah

Gambar 7 di atas menampilkan ibu kepala sekolah sedang menjelaskan tentang sejarah dan visi misi sekolah SMAN 2 Tembilahan dan durasi pengambilan video adalah 7 detik.



Gambar 8. siswa/siswi sedang belajar mengetik

Gambar 8 pengambilan video siswa/siswi sedang belajar menggunakan computer diruangan labor dan durasi pengambilan video adalah 6 detik.



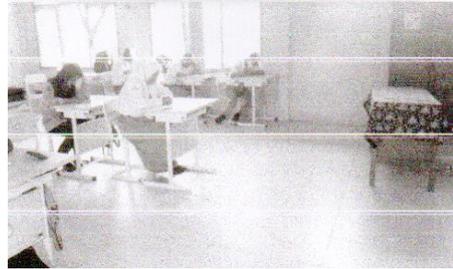
Gambar 9. siswa sedang membaca buku

Gambar 9 siswa sedang membaca buku-buku di dalam perpustakaan dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 10. siswa/siswi sedang istirahat jam pelajaran

Gambar 10 siswa/siswi sedang istirahat jam pelajaran dan sedang berjalan ke kantin dan durasi pengambilan video adalah 4 detik.



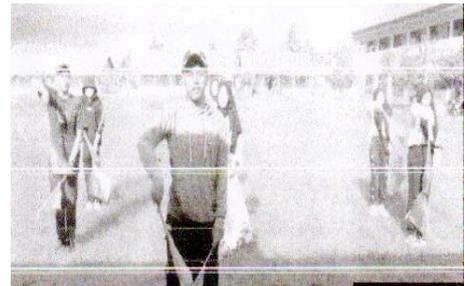
Gambar 11. siswa/siswi sedang belajar di dalam kelas

Gambar 11 di atas guru sedang menjelaskan mata pelajaran kepada para siswa/siswi dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 12. ketua osis sedang menjelaskan kegiatan eskul

Gambar 12 di atas ketua osis SMAN 2TEMBILAHAN sedang menjelaskan kegiatan ekstrakurikuler osis dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 13. pengenalan eskul pramuka

Gambar 13 di atas memperlihatkan para anggota ekstrakurikuler pramuka sedang latihan yel-yel di lapangan SMAN 2 Tembilahan dan durasi pengambilan video adalah 3 detik.



Gambar 14. ketua eskul rohis

Gambar 14 di atas ketua ekstrakurikuler rohis sedang menjelaskan kegiatan yang dilakukan di mushola dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 15. kegiatan eskul seni

Gambar 15 di atas memperlihatkan kegiatan ekstrakurikuler rohis sedang latihan menari selain itu ada kegiatan bermain alat musik dan durasi pengambilan video adalah 5 detik.



Gambar 16. kegiatan eskul pik-r

Gambar 16 di atas memperlihatkan anggota pik-r sedang membantu teman yang sedang mengalami kesulitan dan memotivasi teman yang sedang mengalami kesulitan dan durasi pengambilan video adalah 6 detik.



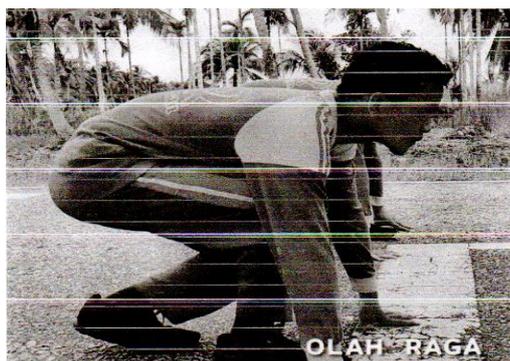
Gambar 17. kegiatan eskul pmr

Gambar 17 di atas memperlihatkan tugas dari anggota pmr yang sedang membantu temannya lagi sakit saat upacara dan di bawa ke ruangan uks dan durasi pengambilan video adalah 3 detik.



Gambar 18. kegiatan eskul jurnalistik

Gambar 18 di atas memperlihatkan anggota jurnalistik sedang melakukan liputan tentang kegiatan yang dilakukan di dalam sekolah SMAN 2 Tembilahan dan durasi pengambilan video adalah 4 detik.



Gambar 19. kegiatan eskul olahraga

Gambar 19 di atas memperlihatkan kegiatan ekstrakurikuler olahraga sedang melakukan pemanasan lari pagi di jalan dan durasi pengambilan video adalah 4 detik.



Gambar 20. siswa/siswi mengucapkan ayo bersekolah di SMAN 2 Tembilahan dan youtube

Gambar 20 di atas siswa/siswi sedang mempromosikan SMAN 2 Tembilahan dan durasi pengambilan video adalah 6 detik.

4.5. Tahap Produksi

Tahapan produksi merupakan tahapan proses pengambilan audio dan penyesuaian suara pada video.

4.5.1. Audio

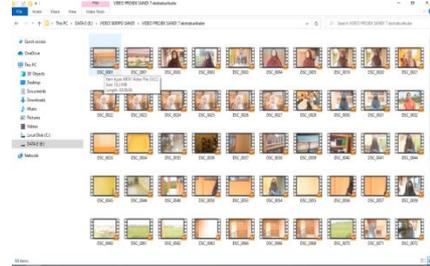
Tahap ini dilakukan proses pengambilan suara/dubbing yang di rekam lalu di edit dan dimasukkan ke dalam video dan dalam tahap ini juga akan memberikan musik tambahan sebagai pendukung untuk video agar terlihat menarik. Selain itu dilakukan juga proses penambahan audio atau bunyi-bunyian sebagai pendukung gambaran video. Proses ini dapat dilakukan dengan berbagai benda atau peralatan yang dapat menghasilkan suara atau bunyi-bunyian sesuai dengan yang dibutuhkan.

4.6. Tahap Pasca Produksi

Tahapan ini merupakan hasil dari video yang sudah di edit kemudian video di promosikan ke media sosial.

4.6.1. Editing

Proses pengeditan pada hasil video yang telah dibuat dan juga pengeditan pada suara, setelah proses selesai kemudian rekaman hasil shooting di masukkan ke laptop untuk disusun untuk di edit. Proses penyuntingan (editing) video company profil SMAN 2 Tembilahan tidak memakan waktu yang lama karena alur ceritanya maju, dan dalam proses pembuatannya menggunakan software wondershare filmora dan storyboard that.



Gambar 21. file mentahan video

Gambar 21 di atas menjelaskan tentang file mentahan video-video yang akan di edit dan di masukan ke aplikasi wondershare filmora .



Gambar 22. Tampilan layar dalam proses ngedit video

Gambar 22 di atas menampilkan proses mengedit video yang pertama dilakukan adalah memasukkan video yang ingin di edit dan video ditarik ke timline, di timline biasa langsung memotong video yang kita inginkan dan bisa juga menambahkan musik, effect,transisi,teks dan opening video.

4.6.2. Rendering

Tahapan ini yaitu untuk menghasilkan video company profile menjadi file. Proses pada tahap ini yaitu video yang sudah dihasilkan melalui editing dan sudah sesuai dengan yang di inginkan, maka dilakukan rendering untuk mendapatkan video yang utuh.



Gambar 23. hasil video yang sudah di render

Gambar 23 di atas adalah Video yang sudah jadi ini di buat sebagai media pengenalan sekolah SMAN 2 Tembilahan kepada masyarakat luas, video ini juga akan

di unggah (upload) ke social media seperti youtube, Instagram, dan facebook.

4.6.3. Hasil Pengumpulan Bahan

Pada tahap pengumpulan bahan ini, prosese pengumpulan data berupa video dan gambar di ambil secara langsung ke SMAN 2 Tembilahan sesuai dengan project video yang dibuat dan panduan dari storyboard.

4.6.4. Hasil Pembuatan

Pada tahap ini pembuatan semua data berupa video dan gambar yang di kumpulkan dan menggunakan aplikasi Wondershare Filmora untuk pembuatannya dan storyboard that.

a. Hasil Pengujian

Berdasarkan data kusioner di atas, di cari persentase masing-masing jawabannya dengan menggunakan rumus : $R = P/Q * 100\%$ Keterangan : P = Banyaknya jawaban responden setiap soal Q = Jumlah Responden R = Nilai Persentase Maka dapat di hitung total keseluruhan dari pertanyaan responden yaitu terdiri dari 6 jumlah total dari lima pertanyaan biasa aja pada kusioner, dengan jumlah rata-rata persentase 12%. Sedangkan 32 jumlah total dari lima pernyataan setuju dengan jumlah rata-rata persentase 64%. Sedangkan 12 jumlah total dari lima pertanyaan menjawab sangat setuju dengan jumlah rata-rata persentase 24%. Dengan demikian tampilan desain video company profil ini sangat mudah di pahami, diminati, dan video profil ini sangat berguna bagi SMAN 2 Tembilahan sebagai media promosi sekolah.

Berdasarkan data hasil dari kusioner, dapat di cari persentase setiap jawaban dengan rumus :

$$Y = P/Q * 100\%$$

Keterangan :

P = Banyaknya jawaban responden tiap soal

Q = Jumlah responden

Y = Nilai persentase

Kusioner di bagikan kepada 10 orang pengguna secara acak berisi 5 pertanyaan berskala jawaban 1 sampai 5 sebagai berikut :

Menurut anda apakah video profil SMAN 2 Tembilahan di kemas

b. Hasil Pendistribusian

Setelah tahap pengujian selesai selanjutnya tahap pendistribusian video yang telah di render dalam bentuk format sebagai berikut: frame rate video 60 fps,

aspek rasio 16:9, resolusi video 1080hp, size 405 mb, video company profil yang sudah di render akan di upload ke dalam social media youtube, Instagram, facebook.

Tabel 2. Hasil Akhir Kusioner

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Biasa Saja	Setuju	Sangat Setuju
1.	Menurut anda apakah video profil SMAN 2 TEMBILAHAN di kemas secara menarik?	0	0	1	6	3
2.	Menurut anda apakah video profil SMAN 2 TEMBILAHAN apakah menarik untuk berselisih di rana jika seandainya anda dalam masa melanjutkan pendidikan ke SMA/Sebagai?	0	0	0	8	2
3.	Setelah anda menonton video profil SMAN 2 TEMBILAHAN apakah tertarik untuk berselisih di rana jika seandainya anda dalam masa melanjutkan pendidikan ke SMA/Sebagai?	0	0	3	4	3
4.	Apakah aplikasi profil SMAN 2 TEMBILAHAN berbasis web dapat di akses dengan mudah dan menampilkan menu dengan tampilan yang menarik?	0	0	1	6	3
5.	Apakah aplikasi profil SMAN 2 TEMBILAHAN berbasis web menampilkan informasi dengan jelas?	0	0	1	8	1
6.	Total Responden			6	32	12
7.	Rata-Rata Presentasi			12%	64%	24%

Hasil akhir terdapat 5 pertanyaan tentang video company profil dengan menggunakan 10 orang responden sebagai pengujinya dan mendapatkan hasil seperti tabel di atas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kesimpulan dari pembuatan video company profil di SMAN 2 Tembilahan adalah Dengan (1) adanya video profil ini dapat melengkapi pengenalan ekstrakurikuler di SMAN 2 Tembilahan.(2) Dengan adanya media berbasis multimedia interaktif dapat membantu melengkapi media promosi di SMAN 2 Tembilahan. (3) Dengan adanya video profil sekolah in bisa membantu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap SMAN 2 Tembilahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Staf dan Guru SMAN 2 Tembilahan semoga data dan waktu yang telah diberikan menjadi berkah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemendikbud, "No Title," *Sekol. Penggerak*.
- [2] S. Widada, A. K. Widya Tama, and N. Lestari, "Video Profile Sebagai Media Promosi Pada Mts Al-Husna Ypihn Curug

- Kabupaten Tangerang," *J. CERITA*, vol. 6, no. 1, pp. 39–51, 2020, doi: 10.33050/cerita.v6i1.886.
- [3] G. Maulani, N. J. Sasongko, and A. Mulyana, "Pengembangan Media Promosi Pariwisata Kota Tangerang Dalam Bentuk Video Digital Pada Dinas Porparekraf," *ICIT J.*, vol. 2, no. 2, pp. 207–220, 2016, doi: 10.33050/icit.v2i2.35.
- [4] D. Rifai, E. Astriyani, and U. Indria, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia," *Technomedia J.*, vol. 3, no. 1, pp. 98–109, 2018, doi: 10.33050/tmj.v3i1.384.
- [5] Y. Brigitta, "Perancangan Video Company Profile Lembah Kamuning Dairy Farm , Desa Cigugur , Kuningan dengan Teknik Motion Graphic," *Artik. Ilm.*, pp. 1–23, 2016.
- [6] R. Septianingsih and B. S. Nugraha, "Pembuatan Video Company Profile Hotel Brothers Inn Babarsari Sebagai Media Promosi Dan Informasi," *J. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 2, pp. 23–28, 2017.
- [7] A. D. Kurniadi and T. Wibowo, "Perancangan Dan Impelemntasi Video Profile Sekolah Sma Tenera," vol. 1, no. 1, pp. 43–46, 2021.
- [8] F. Chaeriyantama and M. D. Dupri, "PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO," vol. 2, no. 2, pp. 154–165, 2021.
- [9] T. Wibowo and J. Alexander, "Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile PT . Batam Indonesia Gemilang Keywords:," vol. 1, no. 1, pp. 711–718, 2021.
- [10] D. Coffee, "Perancangan Video Company Profile Café 89 Keywords:," vol. 1, no. 1, 2021.
- [11] P. L. P. I. K. K. Pekanbaru, "TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 7, No. 1 Juni 2020," vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2020.
- [12] M. Budiarto, U. Bella, and K. B. Kota, "MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA PT . GARDENA KARYA ANUGRAH BERBENTUK VIDEO," vol. 4, no. 2, pp. 217–227, 2018.
- [13] D. Prasetyo and D. I. Setyadi, "Perancangan Film Pendek Bertema Wisata Dengan Pendekatan Storytelling Sebagai Media Promosi Wisata Pulau Bawean," *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 6, no. 1, 2017, doi: 10.12962/j23373520.v6i1.22886.
- [14] A. Abrianti and J. I. Ibrahim, "Promoting Pt. Aneka Indo Makmur and Its Products Using a Company Profile Video," *K@ta Kita*, vol. 5, no. 1, pp. 21–27, 2017, doi: 10.9744/katakita.5.1.21-27.
- [15] L. Sunarya, H. S. Saputra, and D. Rahmadhiani, "PERANCANGAN VIDEO PROFILE PADA SMK ISLAMIC," vol. 3, no. 2, pp. 160–172, 2017.
- [16] G. Jatikusuma, "Perancangan Video Profil Sasenitala Konservasi Alam dan Budaya sebagai Media Informasi," *J. Tugas Akhir*, pp. 2–14, 2016.
- [17] F. T. Informasi, "Perancangan Video Company Profile Lembah Kamuning Dairy Farm , Desa Cigugur , Kuningan dengan Teknik Motion Graphic Artikel Ilmiah," pp. 1–23, 2016.
- [18] A. Saputra, "Perancangan Video Company Profile SMA Negeri 3 Batam," 2016.