

Perancangan Video Profil Usaha Layanan Pariwisata SMK Negeri 2 Batam

Sugianto¹, Indasari Deu²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam
e-mail: indasari.deu@uib.ac.id¹, sugiantokaixin@gmail.com²

Abstrak

SMK Negeri 2 Batam merupakan sekolah kejuruan yang berlokasi di Jalan Pemuda No. 5 Batam Centre Kodya Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Sekolah dibangun pada 1 Juni 2006 dan merupakan sekolah yang menyediakan berbagai macam jurusan seperti, Perhotelan, Kuliner, Usaha Layanan Pariwisata, Busana, dan Kecantikan. Jurusan yang ada bertujuan mengasah bakat siswa-siswi di jurusan yang ada di SMK Negeri 2 Batam. Visi sekolah yaitu menjadi pusat pendidikan pelatihan bisnis manajemen dan pariwisata yang memiliki lulusan profesional dan berakhlak mulia serta rujukan bagi instansi lain yang bertaraf internasional 2020. Permasalahan yang dimiliki sekolah adalah tidak ada media untuk mempromosikan tentang program sekolah terutama pada bidang jurusan pariwisata. Oleh karena itu, perlu dibuat sebuah video yang berkonsep *company profile* yang akan di unggah di media sosial milik sekolah tersebut. Tujuannya adalah memperkenalkan SMK Negeri 2 Batam dan jurusan pariwisata kepada masyarakat. Ada berbagai tahap yang harus dilakukan seperti tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca-produksi. Pengambilan gambar menggunakan Iphone dan *drone* serta menggunakan *software* Wondershare Filmora 2022. Hasil implementasi video yang telah dipublikasikan di Youtube maupun media sosial lainnya, akan membantu pihak sekolah dalam meningkatkan citra sekolah kepada masyarakat sekitar dan mempromosikan tentang latar belakang sekolah tersebut.

Abstract

SMK Negeri 2 Batam is a vocational school located at Jalan Pemuda No. 5 Batam Center Kodya Batam, Riau Archipelago Province and was built on 1 June 2006 and is a school that provides a variety of majors such as Hospitality, Culinary, Tourism Service Business, Fashion, and Beauty. as well as honing the talents of students in the majors at SMK Negeri 2 Batam, and has a vision to become a Management and Tourism Business Training Education Center that have professional graduates and have noble character as well as referrals for other agencies with international standards in 2020. The survey data that is the problem is there is no media to promote school programs, especially in the field of tourism majors and make a video with the concept of a company profile which will be uploaded in the media social belonging to the school. The goal is to introduce the Batam 2 State Vocational School and the tourism department to the community. There are various stages that must be carried out, such as the pre-production stage, the production stage, and the post-production stage, shooting using an iPhone and drone and using the Wondershare Filmora 2022 software. From the results of the implementation of the video that has been published on Youtube and other social media will help the school in improving the school's image to the surrounding community and promoting the school's background.

Keywords: *Company Profile, Media Social, Tourist, Vocational School 2 Batam*

Pendahuluan

Dalam pembuatan sebuah profil perusahaan, dibutuhkan berbagai langkah-langkah sehingga hasil sesuai dengan

perencanaan yang telah dibuat di awal perencanaan. Video tersebut dapat bermanfaat dalam memberikan pesan atau pun makna yang bisa dipahami oleh

masyarakat sekitar. Media sosial juga bermanfaat dalam menyebarkan informasi, sehingga informasi tersebut dapat diterima. Media sosial khususnya Instagram, mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi seperti tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Dalam dunia bisnis, video sangat berperan penting dalam menaikkan citra perusahaan sehingga pendapatan perusahaan juga semakin naik. Banyak beragam model video perusahaan yang di desain sedemikian rupa, sehingga menarik masyarakat untuk melihat dan memahami isinya dan juga dapat dipublikasikan di media sosial mana pun. Dalam hal ini, tentunya sebelum membuat video promosi diperlukan satu narasumber yang nantinya akan di rekam dan di implementasikan ke dalam video promosi.

Video *company profile* salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah. Dilihat dari pengertiannya, video profil merupakan media informasi yang tepat untuk memperkenalkan potensi daerah, karena mampu menampilkan informasi dengan lebih detail (Apriliani et al., 2019).

Perlu dilakukan wawancara kepada narasumber guna mendapatkan sebuah informasi yang akurat dan terpercaya. Wawancara juga harus mempersiapkan pertanyaan sebagai pedoman dan dapat menggunakan alat bantu seperti *recorder*, kamera, atau alat yang digunakan sesuai dengan kebutuhan. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara, pewawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini, setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan

pengumpul data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, peneliti dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data. Tentunya, pengumpul data tersebut harus diberi *training* agar mempunyai kemampuan yang sama (Mayasari et al., 2019).

Diharapkan hasil implementasi kegiatan proyek ini dapat bermanfaat bagi SMK Negeri 2 Batam. Dengan mempunyai *company profile* SMK Negeri 2 Batam yang lengkap, jelas, cepat dan mudah ketika diakses sehingga penyampaian informasi terkait SMK Negeri 2 Batam kepada calon siswa-siswi, para orang tua murid, serta masyarakat luar tersampaikan dengan sangat jelas (Christiarini et al., 2021).

Dalam hal mempromosikan sebuah kegiatan atau pun usaha diperlukan strategi untuk menarik konsumen dalam menyampaikan sebuah isi promosi tersebut. Banyak cara dalam mempromosikan yaitu melalui orang terdekat ataupun orang yang baru dikenal. Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Mahbub & Husnia Zen, 2020). Sedangkan pada zaman modern saat ini, sudah banyak cara yang lebih mudah seperti melakukan promosi melalui media sosial atau pun papan iklan yang biasa disebut baliho. Pemasaran langsung juga sering dilakukan saat ini dikarenakan dapat langsung berinteraksi dengan masyarakat.

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek permasalahan. Observasi yang dilakukan pada Sekolah SMK Negeri 2 Batam bertujuan untuk mengetahui lingkungan sekolah, sehingga dalam pembuatan video profil tersebut dapat berjalan dengan lancar (Pujiyanto, 2021).

SMK Negeri 2 Batam berdiri pada tanggal 1 Juni 2006 dan merupakan sekolah yang memiliki banyak jurusan, sehingga dapat mengasah bakat siswa-siswi. SMK

Negeri 2 Batam berlokasi Jalan Pemuda no.5 Legenda Malaka, Batam Centre. Ada banyak Program pembelajaran yang diadakan di SMK Negeri 2 Batam dan juga memiliki berbagai macam fasilitas yang bisa digunakan seluruh siswa-siswi di sekolah tersebut seperti ruang belajar yang dilengkapi komputer, parkir motor, ruangan praktek belajar, aula, kantin, masjid, perpustakaan, dan gedung hotel.

Tidak hanya prestasi akademik yang selalu dimiliki SMK Negeri 2 Batam, tetapi juga prestasi non akademik seperti pramuka, sebagai salah satu kegiatan yang diadakan di sekolah tersebut. Maka dari itu, dibutuhkan untuk membuat video profil perusahaan yang dapat mengenalkan sekolah tersebut dan menaikkan citra nama sekolah kepada masyarakat dan juga untuk media bersaing dengan sekolah lain dalam akademik prestasi. Saat ini sudah banyak sekolah yang menggunakan video profil dalam mengenalkan lingkungan sekolah. Untuk menaikkan dan mempertahankan citra sekolah, maka dibutuhkan strategi dalam persaingan sekolah dengan sekolah lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan berbagai seperti media sosial untuk mempromosikan lingkungan sekolah dan juga program pembelajaran tersebut yang dimiliki. Sehingga, penulis membuat sebuah gagasan untuk membuat video profil agar lebih mudah di akses oleh masyarakat.

Masalah

Berdasarkan informasi ini, masalah yang dihadapi SMK Negeri 2 Batam dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Tidak adanya akun media sosial dalam mempromosikan lingkungan sekolah.
2. Tidak adanya media untuk promosi sekolah tersebut.

Metode

Teknik Pengumpulan Data

Dalam tahap ini menggunakan tahap wawancara dan observasi sebagai teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan

data subjektif. Wawancara dilakukan dengan pihak sekolah salah satunya guru jurusan pariwisata. Data yang sudah dikumpulkan dari narasumber akan dipahami terlebih dahulu sebelum melakukan tahapan berikutnya. Selain itu, penulis juga melakukan sebuah survei yang mana untuk melihat langsung terkait lingkungan sekolah tersebut dan berbagai fasilitas yang bisa digunakan oleh siswa siswi.

Tabel. 1. Flowchart Tahapan Pembuatan Video



Tahap Perancangan

Penulis akan melakukan langkah-langkah dalam pembuatan sebuah video proyek selama tahap perancangan video perusahaan. Berikut ini adalah tahapan:

1. Tahap Pra-Produksi

Pada tahap pra-produksi, penulis menentukan konsep yang akan di buat pada video profil tersebut. Sebelum memulai pembuatan video profil sekolah, penulis akan menentukan awal dari sebuah ide yang telah di buat. Ide tersebut akan berbentuk sebuah naskah yang mana sudah diimplementasikan pada video profil tersebut. Naskah yang telah disusun

tersebut akan menampilkan sebuah alur pada video profil yang telah di buat. Alur tersebut akan dibuat secara detail, sehingga akan ada sebuah gambaran tampilan yang ada di video profil tersebut, dan akan lebih spesifik lagi alur yang ada di dalam video.

2. Tahap Produksi

Pada tahap ini, penulis akan melakukan proses pengambilan gambar pada lingkungan sekolah berdasarkan naskah yang telah di buat. Dari hasil pengambilan gambar tersebut akan dilihat kembali bagian mana yang dibutuhkan dan yang tidak dibutuhkan. Jika ada video yang mengalami kegagalan, maka akan diulang kembali dalam pengambilan gambar tetapi hanya pada bagian tertentu saja.

3. Tahap Pasca-Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap akhir dalam pembuatan video profil dan akan diunggah ke berbagai macam media sosial.

Pembahasan

Penulis akan melampirkan hasil video profil sekolah yang telah dibuat sedemikian rupa.

1. Tampilan Awal

Penulis akan menampilkan video yang diambil di lingkungan sekitar SMK Negeri 2 Batam melalui udara.



Gambar 1. Tampilan Gedung SMK Negeri 2 Batam



Gambar 2. Proses Wawancara Kepala Sekolah

2. Tampilan Ruang Kelas dan Gedung Hotel

Pada tampilan ini, sebuah ruang kelas yang dipakai siswa-siswi dalam kegiatan pembelajaran.



Gambar 3. Ruangan Kelas



Gambar 4. Kegiatan Praktek di Gedung Hotel

3. Tampilan Fasilitas SMK Negeri 2 Batam

Penulis menampilkan berbagai fasilitas yang disediakan di SMK Negeri 2 Batam.



Gambar 5. Lapangan Olahraga



Gambar 6. Perpustakaan

Kondisi Setelah Implementasi

Video profil SMK Negeri 2 Batam sudah diunggah di Youtube dan Instagram. Banyak masyarakat yang melihat video tersebut. Hasil setelah implementasi tersebut banyak para *viewers* yang tertarik untuk melihatnya. Setelah dipublikasikan lebih luas lagi, maka tidak hanya masyarakat dalam daerah yang mengetahuinya, tetapi masyarakat di luar daerah menjadi tertarik kepada sekolah tersebut.



Gambar 7. Tampilan Setelah Dipublikasikan

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka video profil yang sudah dibuat dan juga di implementasikan di media sosial akan menarik perhatian masyarakat luas. Kreativitas yang dihasilkan dapat membuat video yang awalnya sederhana menjadi berkualitas dengan mementingkan teknik perekaman gambar, sehingga hasilnya juga semakin berkualitas dan tidak lupa juga mementingkan suara dan cahaya karena elemen tersebut sangat berperan penting dalam membuat video menjadi bagus. Dengan ini, video tersebut dapat dipahami oleh masyarakat dalam penyampaian informasi yang jelas dan padat. Sehingga, dalam mempromosikan video tersebut dapat menaikkan citra sekolah pada seluruh

masyarakat, sehingga SMK Negeri 2 Batam dapat membangun di bidang pendidikan dan juga berperan penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dikemudian hari. Dengan pengembangan sumber daya manusia, sumber inilah yang akhirnya akan menjadi penentu kejayaan dan kelestarian bangsa ini.

Daftar Pustaka

- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Christiarini, R., Tanza, E., Winata, H., & Feronika, I. (2021). Implementasi Company Profile Pada Sekolah Yehonala. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 532–538. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Mahbub, M., & Husnia Zen, E. (2020). Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, 2(1), 113. <https://doi.org/10.30739/jmpid.v2i1.601>
- Mayasari, S., Purihastine, M., & Qibtiyah, A. (2019). Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 56–63. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5094>
- Pujiyanto, H. (2021). Metode Observasi Lingkungan dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(6), 749–754. <https://doi.org/10.47387/jira.v2i6.1>

43

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019).
Pemanfaatan Media Sosial Sebagai
Media Promosi. *Jurnal Common*,
3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>