

Received : July 12, 2021
Accepted : July 18, 2021
Published : September 4, 2021

Conference on Business, Social Sciences and Technology
<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

Perancangan dan Pengembangan Video *Company Profile* Vihara Dharma Mulia Batam

Tony Wibowo¹, Jeremy Riantono²

tony.wibowo@uib.ac.id¹, 1831083.jeremy@uib.edu²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstract

In this article, we will discuss the design and manufacture of video company profile in the city of Batam called Vihara Dhrama Mulia Batam. The purpose of this society service is to promote the environment and activities of Vihara Dharma Mulia Batam through a platform called Youtube, because there is no promotion of Vihara Dharma Mulia Batam in the form of a company profile video, so it is still not very well known among the wider community. Therefore, the author decided to make video company profile using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method. Vihara Dharma Mulia Batam company profile video design using Adobe Premiere Pro 2020 and Adobe After Effects software, with a duration of four minutes and forty-two seconds, 1920x1080 resolution using a laptop with Intel® Core™ i7-7700HQ, GTX 950M, and 16GB RAM specifications The result of this scientific project is an increase in popularity and the introduction of Vihara Dharma Mulia Batam.

Keywords:

Multimedia, Digital Media, Media Social, Monastery, Promotion

Abstrak

Pada artikel ini akan membahas tentang perancangan dan pembuatan *video company profile* pada sebuah vihara di kota Batam bernama Vihara Dharma Mulia Batam. Tujuan dari Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah untuk mempromosikan lingkungan dan aktivitas Vihara Dharma Mulia Batam melalui *platform* bernama *Youtube*, dikarenakan belum adanya promosi Vihara Dharma Mulia Batam dalam bentuk *video company profile*, sehingga masih belum begitu terkenal di kalangan masyarakat luas. Oleh karena itu, penulis memutuskan membuat *video company profile* menggunakan metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pembuatan video company profile Vihara Dharma Mulia Batam menggunakan *software* Adobe Premiere Pro 2020 dan Adobe After Effects, dengan durasi empat menit empat puluh dua detik, resolusi 1920x1080 menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel® Core™ i7-7700HQ, GTX 950M, dan 16GB RAM. Hasil dari projek ilmiah ini adalah terjadinya peningkatan popularitas dan pengenalan Vihara Dharma Mulia Batam.

Kata Kunci:

Multimedia, Media Digital, Media Sosial, Vihara, Promosi

Pendahuluan

Seiring berkembangnya peradaban, banyak aktivitas sehari-hari yang melibatkan pekerjaan tangan manusia. Mulai dari aktivitas keluarga, bisnis, pendidikan, kesehatan, bahkan aktivitas spiritual (Santoso & Irfan, 2020). Sejak munculnya teknologi, semuanya menjadi lebih mudah. Apa pun kegiatan itu akan selalu tersedia

alatnya, atau bahkan jika masih belum tersedia, hanya dalam hitungan waktu, alat itu akan ditawarkan di pasar untuk digunakan. Salah satunya adalah media penyebaran informasi. Dengan bantuan teknologi, informasi apa pun yang terjadi di lingkungan mana pun akan segera diketahui oleh masyarakat umum dalam hitungan jam, tidak hanya membicarakan dalam negara, namun hingga seluruh negara (Fitriani, 2017).

Teknologi informasi telah memainkan peran penting dalam kehidupan manusia saat ini. Perkembangan teknologi informasi dibarengi dengan perkembangan umat manusia. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dipicu oleh kebutuhan akan informasi terkini yang cepat, akurat, dan tepat waktu (Utami, 2010). Adanya perkembangan internet yang membawa cara komunikasi baru kepada masyarakat. Munculnya media sosial telah mengubah paradigma komunikasi masyarakat disaat ini (Watie, 2016). *Youtube* merupakan salah satu metode komunikasi yang memberikan informasi secara transparan kepada publik. Sebagai salah satu media baru yang paling populer di Indonesia, keuntungan menggunakan media *Youtube* adalah kita dapat berbagi video secara gratis, dan pemirsa dapat menontonnya melalui media *audiovisual* (Leliana & Gogali, 2019).

Membicarakan sistem informasi, Vihara Dharma Mulia Batam masih bersifat konvensional. Dimana Vihara Dharma Mulia Batam hanya mengandalkan tempat diadakannya acara untuk menyampaikan informasi melalui mading, spanduk, dan brosur. Kedua, Vihara Dharma Mulia Batam hanya memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai media informasi dan promosi agar umat Budha dapat mengetahui keberadaan Vihara Dharma Mulia Batam untuk dikunjungi.

Oleh karena itu, Penulis akan menawarkan solusi dengan merancang *video profile* untuk Vihara Dharma Mulia Batam. Dimana pengunjung dapat mengetahui lingkungan, fasilitas, dan kegiatan di Vihara Dharma Mulia Batam. Dengan adanya *video profile* tersebut, Penulis berharap Vihara Dharma Mulia Batam akan mampu menarik perhatian kepada semakin banyak orang sehingga jumlah umat atau masyarakat yang berkunjung akan meningkat.

Pada latar belakang ini, penulis akan meningkatkan keahlian selama implementasi PKM dengan Vihara Dharma Mulia Batam. Dengan merancang *video company profile* untuk mempromosikan Vihara Dharma Mulia Batam. Metode yang digunakan penulis dalam proyek ini adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode MDLC adalah sebuah metode yang menggunakan enam tahapan yaitu: konsep (*Concept*), perancangan (*Design*), pengumpulan bahan (*Material Collecting*), pembuatan (*Assembly*), pengujian (*Testing*), dan distribusi (*Distribution*) (Sutrisman et al., 2019). Implementasi proyek ini juga diharapkan bisa meningkatkan produktivitas dan keahlian mahasiswa dalam dunia pekerjaan.

Maka dalam lingkup pembahasan ini, penulis melakukan implementasi pengabdian kepada masyarakat dengan merancang **Perancangan dan Pengembangan Video Company Profile Vihara Dharma Mulia Batam**. Vihara Dharma Mulia Batam berdomisili di Jl. Pemuda, Baloi Permai, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Dimana lokasi tersebut dapat dikatakan tidak berada pusat keramaian atau pusat lalu lintas yang sering dilalui oleh kendaraan.

Vihara Dharma Mulia masih belum memiliki *video* untuk menjelaskan lingkungan dan kegiatan yang dilakukan disana yang dapat dilihat oleh umat Buddha atau turis yang hendak mengunjungi Vihara Dharma Mulia Batam. Vihara Dharma Mulia Batam sudah rutin melakukan penyebaran konten positif mengenai nilai-nilai kehidupan mengenai Agama Buddha melalui Instagram dan Facebook, sekaligus menyebarkan informasi acara yang akan diadakan dalam waktu dekat. Namun sayangnya usaha tersebut masih belum efektif.

Tinjauan Pustaka

Pada PKM yang berjudul **“Perancangan dan Pengembangan Video Company Profile Vihara Dharma Mulia Batam”**, didasarkan pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Sutrisman et al., (2019) merupakan penelitian yang membahas tentang pembuatan media pembelajaran interaktif dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang terdiri dari 6 tahap yaitu pengembangan Konsep, Perancangan, Pengumpulan Materi, Perakitan,

Pengujian, dan Distribusi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan rencana pembelajaran teknik komputer kepada masyarakat khususnya orang tua dan calon siswa. Dalam proses pembuatan proyek, aplikasi yang digunakan adalah Adobe Premiere CC dan Adobe After Effects CC.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriani, (2017) merupakan penelitian semi deskriptif kuantitatif. Tujuan penelitian ini sebatas mendeskripsikan ciri-ciri suatu benda, yaitu menjelaskan manfaat media sosial sebagai sarana penyebaran informasi di bidang bisnis, pariwisata, agama, kesehatan, dan politik kepada masyarakat. Menurut data yang didapatkan oleh Fitriani, (2017) , banyak pengguna internet memperoleh informasi dari media sosial karena media sosial memfasilitasi transmisi informasi yang cepat saat ini. Dalam penelitian ini, manfaat media sosial digambarkan sebagai sarana penyebaran informasi di berbagai bidang.

Penelitian terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Leliana & Gogali, (2019) merupakan penelitian yang membahas tentang strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam menginformasikan layanan publik melalui YouTube. Leliana & Gogali, (2019) menyimpulkan bahwa Media sosial YouTube berperan sangat penting dalam menyebarkan informasi. Media sosial YouTube yang dapat diakses dengan mudah oleh jutaan orang merupakan media yang sangat cocok untuk menyebarkan informasi kepada publik internal maupun publik eksternal. atau kegiatan, serta untuk informasi Industri, dengan cepat memberikan lebih banyak informasi industri kepada publik internal dan publik eksternal.

Table 1. Kesimpulan Tinjauan Pustaka

Tahun	Nama Penulis	Kesimpulan
2019	Sutrisman, Adi Widodo, Slamet Amin, M Miftakul Cofriyati, Ervi	Pada penelitian ini, metode MDLC, Adobe Premiere Pro, dan Adobe After Effects telah digunakan.
2017	Fitriani, Yuni	Pada penelitian ini disimpulkan bahwa manfaat media sosial digambarkan sebagai sarana penyebaran informasi di berbagai bidang.
2019	Leliana, Intan Gogali, Venessa Augusta	Pada Penelitian ini disimpulkan bahwa media sosial YouTube berperan sangat penting dalam penyebaran informasi.

Dari kajian di atas, penulis akan melaksanakan kegiatan PKM dalam perancangan *video company profile* seperti yang dilakukan oleh (Sutrisman et al., 2019). Penulis juga akan menggunakan metode pengembangan MDLC seperti yang dilakukan oleh (Sutrisman et al., 2019). Dalam proses pengembangan, penulis akan menggunakan alat pengembangan menggunakan Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects seperti yang dilakukan oleh (Sutrisman et al., 2019). Dalam proses Implementasi, penulis akan menggunakan YouTube sebagai alat penyebaran *video company profile* seperti yang dilakukan (Fitriani, 2017) dan (Leliana & Gogali, 2019). Dengan demikian, didapatkan kesimpulan tersebut sebagai dasar utama dalam perancangan *video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam.

Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi dan wawancara. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi/data dan menjadi bahan evaluasi dalam pembuatan *video profile*.

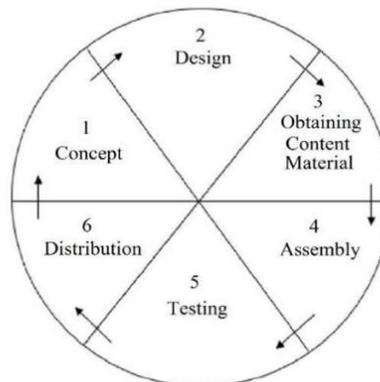
1. Observasi

Manusia membutuhkan landasan yang kokoh untuk melakukan penilaian sistematis dan menangkap gejala yang divisualisasikan dalam kenyataan (Hasanah, 2016). Menurut (Mania, 2008) observasi adalah cara atau metode pengumpulan informasi atau data dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis fenomena yang akan diamati. Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah langsung menuju ke vihara dharma mulia batam untuk melihat teknik yang ingin digunakan pada video profile tersebut.

2. Wawancara

Dalam sebuah penelitian, beberapa tahapan kegiatan harus dilalui untuk mendapatkan hasil akhir yang dapat diandalkan. Tahapan ini meliputi: persiapan, pembuatan kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data untuk menarik kesimpulan. Dari kesimpulan hingga rekomendasi dapat digunakan sebagai masukan yang berguna untuk pengambilan keputusan (Rachmawati, 2007). Menurut (Mayasari & Indraswari, 2018) wawancara adalah percakapan pada suatu masalah yang merupakan proses tanya jawab lisan pada dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Penulis secara langsung mewawancarai pengurus dari Vihara Dharma Mulia Batam sehingga mengetahui lingkungan, fasilitas dan kegiatan yang ingin divideokan.

Tahapan yang digunakan dalam pembuatan *video profile* menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur Perancangan video *company profile* dengan metode MDLC.

1. Tahap Konsep (*Concept*)

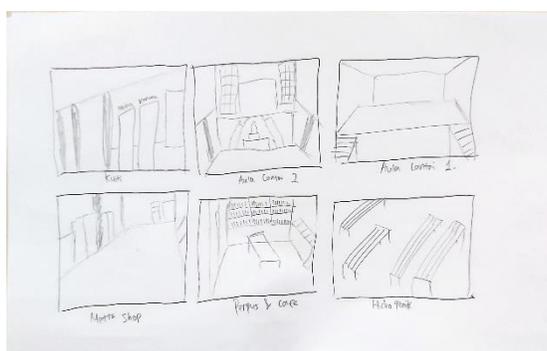
Pada tahap ini akan dilakukan brain storming konsep terhadap kebutuhan yang diperlukan untuk membuat video company profile Vihara Dharma Mulia Batam.

2. Tahap Desain (*Design*)

Pada tahap ini design video yang sudah direncanakan berdasarkan pada tahap konsep akan dirancang pada tahap ini. Hasil desain akan diperlihatkan ke pengurus dari Vihara Dharma Mulia Batam. Gambar 2 dan 3 menunjukkan contoh storyboard yang dikembangkan.



Gambar 2. Storyboard 1



Gambar 3. Storyboard 2

3. Tahap Pengumpulan Konten Material (*Obtaining Content Material*)

Pada tahap ini akan melakukan pengumpulan semua konten yang dibutuhkan dalam pembuatan video yang akan dibuat, contohnya seperti hasil video dan beberapa barang lainnya yang dibutuhkan dalam proses pembuatan.

4. Tahap Pembuatan (*Assembly*)

Pada tahap ini dilakukan proses pembuatan hasil konten yang sudah dikumpulkan saat tahap pengumpulan konten dan hasil video yang sudah dibuat akan di validasi oleh dosen pembimbing dan pengurus dari Vihara Dharma Mulia Batam.

5. Tahap Percobaan (*Testing*)

Pada tahap ini, setelah rancangan video di implementasikan, akan dilakukan tahap percobaan apakah sudah sesuai rancangan dan permintaan dari pengurus dari Vihara Dharma Mulia Batam.

6. Tahap Distribusi (*Distribution*)

Pada tahap terakhir ini video akan dipublikasikan di media Youtube

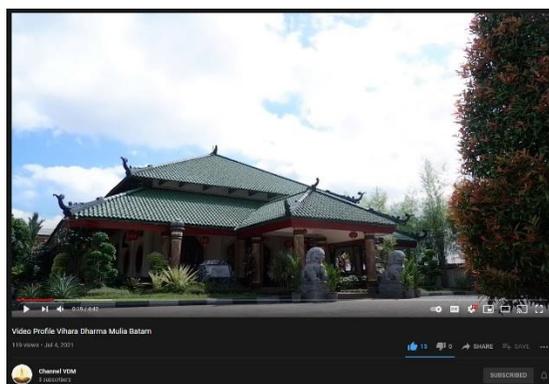
Hasil dan Pembahasan

Penulis mempersiapkan terlebih dahulu barang-barang / properti yang akan digunakan, seperti: Kamera Fujifilm XT-100, lensa kit Fujifilm 15-45mm, dan Zhiyun Weebill S. Pada tahap pelaksanaan penulis menetapkan pengaturan kamera FUJIFILM dengan frame rate 59.94 *frames/second*, *frame width x height* (1920 x 1080), dan *audio sample rate* 48.000 kHz. Penulis menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020* untuk mengedit proses video dari *intro*, lingkungan vihara, kegiatan vihara, dan *slideshow* kegiatan vihara. Pada aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020*, penulis menggunakan effect *Warp Stabilizer*, *Cross Dissolve*, *Dip to White* dan *Dip to Black*. Untuk video dari *intro* dan *slideshow*, penulis menggunakan aplikasi *Adobe After Effects 2020* dengan menggunakan *template* dari link <https://shareae.com/after-effects-project/logo-stings/39713-videohive-abstract-colorfull-logo.html>, <https://mixkit.co/free-after-effects-templates/polaroid-photo-slideshow-797/> dan <https://mixkit.co/free-after-effects-templates/love-slideshow-831/>.

Implementasi merupakan tahap penerapan pelaksanaan kepada masyarakat. Pada implementasi luaran, penulis akan meng-*upload* hasil *video company profile* tersebut ke youtube channel milik Vihara Dharma Mulia Batam. Implementasi ini dilakukan dengan tujuan agar umat dan masyarakat dapat melihat *video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam sekaligus mempromosikannya kepada target *audience*. Proses dari *editing video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam dapat dilihat pada **Gambar 4**. Hasil *Video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam akan diposting pada platform Youtube yang dapat dilihat pada **Gambar 5**.



Gambar 4. Proses *editing video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam.



Gambar 5. Hasil implementasi *Video Company Profile* Vihara Dharma Mulia Batam.

Kondisi setelah Vihara Dharma Mulia Batam mem-post hasil *video company profile* adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya implementasi hasil *video company profile* yang telah diupload di *platform youtube*, Vihara Dharma Mulia Batam menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Dengan adanya *video company profile* ini, penonton dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Vihara Dharma Mulia Batam disaat hari besar agama buddha dan aktivitas sekolah minggu.

Foto Bersama dengan pengurus Vihara Dharma Mulia Batam dapat dilihat pada **Gambar 6** dibawah ini:



Gambar 6. Foto dengan Manajer Vihara Dharma Mulia Batam

Kesimpulan

Selama pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM), dapat disimpulkan bahwa Vihara Dharma Mulia Batam tidak pernah membuat video tentang mempromosikan lingkungan dan aktivitas mereka. Oleh karena itu, penulis akan menawarkan solusi dengan merancang *video company profile* untuk Vihara Dharma Mulia Batam. Dimana pengunjung dapat mengetahui lingkungan, fasilitas, dan kegiatan di Vihara Dharma Mulia Batam. Dengan adanya *video profile* tersebut, Penulis berharap Vihara Dharma Mulia Batam akan mampu menarik perhatian kepada semakin banyak orang sehingga jumlah umat atau masyarakat yang berkunjung akan meningkat.

Dengan begitu, berikut merupakan hasil yang telah didapati setelah penulis melakukan implementasi *video company profile* Vihara Dharma Mulia Batam:

1. Dengan adanya implementasi hasil *video company profile* yang telah diupload di *platform youtube*, Vihara Dharma Mulia Batam menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Dengan adanya *video company profile* ini, penonton dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Vihara Dharma Mulia Batam disaat hari besar agama buddha dan aktivitas sekolah minggu.

Ungkapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada dosen dan rekan-rekan yang telah membantu dan mendukung penyelesaian kegiatan PKM yang berjudul *Video Company Profile* Vihara Dharma Mulia Batam.

Daftar Pustaka

- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
- Leliana, I., & Gogali, V. A. (2019). Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube. *J-Ika*, 6(2), 110–119.
- Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233.
- Mayasari, S., & Indraswari, C. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 190–196.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40.
- Santoso, M. B., & Irfan, M. (2020). Transformasi Praktik Pekerjaan Sosial Menuju Masyarakat 5.0. *Sosio Informa*, 6(2).
- Sutrisman, A., Widodo, S., Amin, M. M., & Cofriyati, E. (2019). Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. *Jurnal Penelitian Ilmu Dan Teknologi Komputer*, 11(1), 11–20.
- Utami, S. S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1), 61–67.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.