

Perancangan Dan Implementasi Video Profile Program Sarjana Sistem Informasi

Sabariman¹, Jonathan², Muhamad Dody Firmansyah³

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam

Email: sabariman@uib.ac.id , 2231166.jonathan@uib.edu , dody.firmansyah@uib.ac.id

Abstrak

Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam menghadapi kebutuhan untuk memperbarui media promosi digital yang representatif dan relevan. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, dilakukan perancangan dan implementasi video profil program studi menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari enam tahapan: *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, dan *Distribution*. Video berdurasi 10 menit lebih ini dirancang dengan pendekatan motion graphic untuk menampilkan informasi mengenai visi-misi, fasilitas, kegiatan akademik, dan prospek lulusan. Hasil akhir telah melalui evaluasi internal dan eksternal, serta dipublikasikan melalui kanal *YouTube* sebagai media promosi. Kegiatan ini juga menghasilkan dokumentasi teknis, laporan kerja praktik, serta peningkatan kompetensi mahasiswa dalam produksi multimedia. Luaran ini diharapkan dapat memperkuat citra program studi dan menjangkau audiens secara lebih luas melalui platform digital.

Kata kunci: video profil, *Multimedia Development Life Cycle*, promosi digital, *motion graphic*, Sistem Informasi.

Abstract

The Information Systems Study Program at Universitas Internasional Batam recognized the need to update its promotional media with a more relevant and representative digital format. Through a Community Service Program (PKM), a profile video was designed and implemented using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which includes six stages: *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, and *Distribution*. The 10-minute video was produced with a motion graphic approach to present information about the program's vision, facilities, academic activities, and graduate prospects. The final product was evaluated internally and externally, and published via YouTube as an official promotional medium. This activity also produced technical documentation, a project report, and improved students' competence in multimedia production. The outcomes are expected to strengthen the program's image and reach a wider audience through digital platforms.

Keywords: profile video, *Multimedia Development Life Cycle*, digital promotion, motion graphic, Information Systems.

Pendahuluan

Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam (UIB) merupakan salah satu program studi di bawah naungan Fakultas Ilmu Komputer yang berfokus pada pengembangan kompetensi di bidang teknologi informasi, analisis sistem, pemrograman, dan manajemen data. Seiring dengan perkembangan era digital dan tingginya kompetisi antar institusi pendidikan, Program Studi Sistem Informasi menyadari pentingnya strategi komunikasi yang adaptif dan menarik untuk menjangkau calon mahasiswa, mitra industri, serta masyarakat luas.

Saat ini, media promosi berbasis visual seperti video profil menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan informatif. Namun, video profil yang dimiliki Program Studi Sistem Informasi UIB sebelumnya dinilai sudah tidak relevan dengan perkembangan kurikulum, fasilitas kampus, maupun kegiatan akademik terbaru. Konten visual yang kurang representatif berisiko menurunkan daya tarik calon mahasiswa serta tidak mampu mencerminkan identitas dan keunggulan program studi secara optimal.

Menanggapi permasalahan tersebut, dilakukan perancangan dan implementasi ulang video profil Program Studi Sistem Informasi dengan pendekatan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode ini dipilih karena menyediakan alur kerja terstruktur yang mencakup tahapan: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing*, dan *Distribution*. Proses ini juga melibatkan kolaborasi langsung

dengan dekan, dosen, dan mahasiswa untuk memastikan bahwa output video tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan institusional dan strategi komunikasi visual.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) oleh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi dan dosen pembimbing, yang bertujuan mendukung peningkatan citra dan kualitas media promosi institusi. Hasil akhirnya diharapkan dapat menjadi media informasi digital yang mampu menjangkau audiens secara luas, memperkuat branding akademik, dan meningkatkan efisiensi dalam menyampaikan identitas program studi melalui platform digital seperti YouTube dan media sosial lainnya.

Tinjauan Pustaka

Video profil merupakan salah satu media promosi yang efektif dalam memperkenalkan identitas institusi, terutama di bidang pendidikan. Menurut (Adnas & Tan, 2023), media video memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara singkat, padat, dan menarik perhatian audiens secara visual dan emosional. Studi (Lubis et al., 2023) menunjukkan bahwa penggunaan video sinematik dalam promosi kampus melalui media sosial mampu meningkatkan ketertarikan calon mahasiswa karena daya tarik visual dan narasi yang kuat. Efektivitas video profil dalam konteks pendidikan juga ditegaskan oleh (Wibowo et al., 2022) dalam penelitian mereka tentang implementasi video profil di SMK, yang menunjukkan hasil positif dalam menarik perhatian dan meningkatkan citra institusi.

Metode MDLC merupakan pendekatan sistematis yang banyak digunakan dalam pengembangan multimedia. Luther (2009) mendefinisikan MDLC sebagai proses pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahap: *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, dan *Distribution*. Setiap tahap dalam metode ini memiliki fungsi spesifik untuk memastikan kualitas hasil akhir yang optimal. (Pratama & Christiansen, 2021) dalam penelitian mereka juga menggarisbawahi bahwa penggunaan metode MDLC membantu tim produksi multimedia untuk menjaga efisiensi kerja serta kualitas produk akhir, khususnya dalam proyek edukatif.

Storyboard menjadi elemen krusial dalam tahap perancangan video profil, berfungsi sebagai panduan visual dalam produksi video. Menurut (Adiptia & Kusumandyoko, 2023), *storyboard* membantu tim produksi dalam mengatur adegan dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan terstruktur. Selain itu, (Santoso & Nugroho, 2024) juga menyatakan bahwa desain visual yang konsisten dengan identitas institusi memperkuat daya tarik video serta memudahkan audiens dalam memahami pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan *storyboard* dan desain visual yang efektif mampu meningkatkan kualitas akhir video dan memastikan kesesuaian dengan tujuan komunikasi awal.

Material collecting atau pengumpulan materi merupakan tahap pengumpulan aset multimedia yang diperlukan dalam produksi video. (Mustopa & Juraidi, 2023) menekankan pentingnya

pengumpulan materi secara langsung dari lapangan untuk menciptakan video profil yang autentik dan menarik bagi audiens. Mereka juga menyarankan penggunaan alat yang berkualitas tinggi seperti kamera DSLR dan mikrofon profesional untuk mendapatkan kualitas visual dan audio yang optimal. Penelitian (Apriliani et al., 2019) tentang produksi video profil wisata dengan efek visual khusus juga menunjukkan bahwa kualitas materi dasar sangat menentukan hasil akhir video.

Assembly adalah tahap penyusunan seluruh materi menjadi produk multimedia yang utuh. Pada tahap ini, tim produksi menggunakan perangkat lunak editing profesional seperti *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effects* untuk menghasilkan video yang berkualitas tinggi. Menurut studi yang dilakukan oleh (Apriliani et al., 2019), tantangan utama dalam tahap ini adalah menjaga durasi video tetap efektif sambil menyampaikan seluruh informasi penting. Solusi praktis yang dilakukan seperti pemangkasan durasi dan penggunaan aset alternatif (slideshow foto atau grafis animasi) terbukti efektif dalam menjaga daya tarik video.

Testing merupakan tahap evaluasi produk multimedia untuk memastikan video memenuhi standar kualitas dan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Tahap ini biasanya melibatkan stakeholder internal maupun eksternal sebagai penguji. (Wibowo et al., 2022) menyatakan bahwa pengujian video profil oleh stakeholder seperti dosen dan staf institusi dapat memberikan masukan konstruktif yang penting untuk peningkatan kualitas video. Hasil pengujian digunakan untuk melakukan revisi sebelum

distribusi akhir, memastikan bahwa produk akhir sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Distribusi merupakan tahap penyebaran video melalui kanal digital seperti *YouTube* dan media sosial. (Lubis et al., 2023) menegaskan bahwa media sosial merupakan platform yang sangat efektif untuk mendistribusikan video promosi institusi karena kemampuannya menjangkau audiens luas secara cepat. (Adnas & Tan, 2023) juga mendukung pernyataan ini dengan menyatakan bahwa distribusi digital mampu meningkatkan *engagement* dan eksposur institusi secara signifikan dibandingkan metode promosi konvensional. Dengan distribusi yang efektif, video profil tidak hanya mencapai tujuan promosi, tetapi juga memperkuat citra digital institusi secara jangka panjang.

Masalah

Dalam era digital yang berkembang pesat, kebutuhan akan media promosi yang dinamis dan menarik menjadi semakin penting, terutama dalam konteks institusi pendidikan tinggi. Media visual seperti video profil telah terbukti menjadi salah satu sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi institusional kepada calon mahasiswa, mitra industri, dan masyarakat luas (Adnas & Tan, 2023). Video profil tidak hanya menyampaikan informasi secara cepat, tetapi juga mampu membentuk persepsi dan citra institusi secara visual dan emosional.

Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam (UIB) menghadapi tantangan serupa seperti beberapa institusi pendidikan lain, yaitu belum tersedianya video profil yang

representatif, terkini, dan sesuai dengan perkembangan kurikulum serta fasilitas program studi. Kondisi ini menyebabkan informasi tentang identitas, visi-misi, fasilitas, kegiatan akademik, dan keunggulan program studi belum tersampaikan secara maksimal melalui media digital. Padahal, video profil menjadi salah satu bentuk komunikasi strategis dalam memperkenalkan institusi di tengah persaingan antar perguruan tinggi.

Permasalahan ini diperkuat dengan studi kasus yang dilakukan di SMK Harapan Utama, di mana pihak sekolah menyadari bahwa tanpa adanya media video profil, maka penyebaran informasi kepada publik menjadi terbatas, terutama untuk menyampaikan nilai-nilai unik yang dimiliki sekolah. Oleh karena itu, video profil dirancang untuk menampilkan informasi menyeluruh terkait latar belakang, program keahlian, serta visi dan misi sekolah (Wibowo et al., 2022).

Hal serupa juga terjadi di SMK Al-Azhar Batam, di mana kebutuhan untuk memperbarui media promosi berbentuk video menjadi sangat mendesak. Video lama yang tidak mencerminkan kondisi terkini dianggap kurang efektif dalam menjangkau calon peserta didik. Maka dilakukan perancangan ulang video profil dengan pendekatan yang lebih profesional, termasuk tahapan pre-produksi, produksi, dan post-produksi menggunakan perangkat lunak pengeditan modern (Adnas & Alexander, 2023).

Selain itu, studi oleh (Adnas & Tan, 2023) pada mitra Auto Mandiri menunjukkan bahwa institusi yang hanya mengandalkan media promosi cetak seperti

brosur dan banner memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens digital. Implementasi video company profile terbukti dapat meningkatkan eksposur dan memperluas jangkauan komunikasi mereka kepada masyarakat luas.

Lebih lanjut, penggunaan motion graphic sebagai teknik visual dalam pembuatan video dinilai sangat efektif karena menggabungkan animasi, teks, ilustrasi, transisi, dan audio dalam bentuk yang menarik dan tidak membosankan ((Amali et al., 2020) ; (Santoso & Nugroho, 2024)). Studi oleh (Adiptia & Kusumandyoko, 2023) serta (Mustopa & Juraidi, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan video berbasis motion graphic meningkatkan minat audiens dan meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini juga memberikan solusi terhadap keterbatasan media cetak yang bersifat statis dan memerlukan biaya produksi yang tinggi (Santoso & Nugroho, 2024).

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, dapat dirumuskan permasalahan utama bahwa Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam belum memiliki video profil yang representatif, relevan, dan menarik untuk dijadikan sebagai media promosi digital. Hal ini menyebabkan kurang optimalnya penyampaian informasi program studi kepada publik, rendahnya eksposur institusi di media digital, serta menurunnya potensi dalam menjaring calon mahasiswa baru melalui saluran komunikasi visual modern.

Metode

1. Tahapan Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) sebagai pendekatan dalam perancangan dan implementasi video profil Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam. MDLC dipilih karena merupakan model pengembangan multimedia yang sistematis, terstruktur, dan telah terbukti efektif dalam berbagai studi pembuatan video profil institusi pendidikan maupun organisasi ((Utami & Sama, 2022) ; (Adnas & Tan, 2023)).

Menurut Luther (2009), MDLC terdiri dari enam tahapan utama diantaranya *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing*, dan *Distribution*. Setiap tahapan diadaptasi sesuai dengan kebutuhan institusi dan kondisi lapangan selama pelaksanaan kerja praktik. Model ini juga banyak diadopsi dalam penelitian sejenis, seperti yang diterapkan oleh (Utami & Sama, 2022) di Sekolah Advent Mision Sagulung dan (Pratama & Christiansen, 2021) pada pengembangan video berbasis edukasi.

Berikut penjabaran setiap tahapan metode MDLC yang digunakan:

Concept (Konsep)

Tahapan awal ini bertujuan untuk mendefinisikan tujuan utama proyek, menentukan segmentasi audiens, dan menyusun rencana isi video. Penulis bersama mitra (Program Studi SI UIB) melakukan wawancara dan diskusi mendalam untuk mengidentifikasi pesan utama yang ingin disampaikan, termasuk elemen-elemen penting seperti profil institusi, keunggulan akademik, fasilitas, kegiatan mahasiswa, dan prestasi. Studi (Utami & Sama, 2022) menunjukkan bahwa diskusi awal yang menyeluruh mampu

memperjelas kebutuhan mitra dan mempercepat proses produksi.

Design (Perancangan)

Pada tahap ini dibuat desain awal berupa storyboard, skenario video dan layout visual. Perancangan dilakukan menggunakan aplikasi *Microsoft Word* untuk pembuatan storyboard, desain visual, dan *timeline* pembuatan video. Adopsi tahapan ini juga tercermin dalam studi (Adiptia & Kusumandyoko, 2023), di mana desain visual berperan penting dalam menyelaraskan pesan institusi dengan elemen grafis yang menarik.

Material Collecting

Tahap ini mencakup proses dokumentasi lapangan dan pengumpulan aset multimedia, seperti:

- a. Video *footage* asli yang direkam menggunakan kamera untuk menghasilkan kualitas gambar yang baik.
- b. Foto-foto kegiatan prodi, dokumentasi kelas, laboratorium, dan area kampus.
- c. Logo institusi dan ikon visual yang mencerminkan identitas Program Studi Sistem Informasi.
- d. Audio pendukung seperti musik latar *non-copyright* yang digunakan untuk membangun suasana dalam video.

Sebagaimana dijelaskan oleh (Mustopa & Juraidi, 2023), proses pengumpulan materi yang kuat dan kontekstual merupakan kunci utama dalam menghasilkan video profil yang efektif. Hal ini juga didukung oleh (Adiptia & Kusumandyoko, 2023), yang menyatakan bahwa dokumentasi langsung dan elemen

visual orisinal meningkatkan daya tarik audiens dan memperkuat pesan visual.

Seluruh materi disusun menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effect*. Pada tahap ini dilakukan proses penyuntingan video, pengaturan transisi, penggabungan narasi suara, dan penyisipan elemen desain visual yang telah dirancang sebelumnya. Penyesuaian tempo visual dan audio dilakukan agar video terlihat profesional dan komunikatif. Tahapan ini juga ditekankan dalam penelitian oleh (Santoso & Nugroho, 2024) mengenai pentingnya harmoni antara visual dan audio dalam media promosi.

Testing

Video hasil penyusunan awal diuji coba dengan melibatkan pihak mitra dan beberapa perwakilan target audiens (mahasiswa dan calon mahasiswa). Umpan balik dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara, untuk mengevaluasi aspek visual, informatif, dan daya tarik. Proses evaluasi ini penting untuk melakukan revisi akhir agar video benar-benar sesuai harapan. (Utami & Sama, 2022) membuktikan bahwa validasi dari pengguna akhir menjadi penentu kualitas konten multimedia yang diproduksi.

Distribution

Video profil yang telah selesai dan disetujui kemudian didistribusikan melalui kanal YouTube resmi Universitas Internasional Batam. Distribusi dilakukan dalam format MP4 *Full HD* untuk memaksimalkan kualitas visual dan aksesibilitas. (Lubis et al., 2023) menunjukkan bahwa platform digital seperti *YouTube* dan *Instagram* merupakan media efektif dalam menjangkau

audiens muda dan membangun brand institusi secara berkelanjutan.



Gambar 3.1 Siklus Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

2. Tahapan Penilaian

Setelah seluruh tahapan produksi video profil selesai dilaksanakan, dilakukan proses penilaian untuk mengevaluasi kualitas luaran dan kesesuaian video dengan tujuan awal. Proses ini dilakukan dengan pendekatan triangulasi, melibatkan evaluasi dari pihak internal tim produksi, dosen pembimbing, serta mitra (Program Studi Sistem Informasi UIB).

Penilaian internal dilakukan oleh pengembang video yang mengevaluasi aspek teknis seperti keselarasan audio dan visual, kualitas transisi, penggunaan elemen motion graphic, serta koherensi narasi dengan storyboard awal. Peninjauan ini penting untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan standar teknis multimedia dan tidak terdapat kesalahan mendasar seperti typo teks, ketidaksesuaian footage, atau gangguan audio.

Selanjutnya, penilaian eksternal dilakukan oleh Kepala Program Studi dengan berfokus pada konten, narasi institusional, serta representasi visual terhadap identitas program studi. Evaluasi ini dilakukan melalui sesi pemutaran video

secara langsung dan pengumpulan umpan balik melalui diskusi terbuka. Masukan dari penilaian ini digunakan sebagai dasar dalam perbaikan akhir, seperti penyesuaian musik latar belakang, penambahan informasi penting, dan penguatan pesan visual yang dinilai masih kurang optimal.

Evaluasi akhir bertujuan memastikan bahwa video profil telah mencerminkan identitas, visi, dan kekuatan Program Studi Sistem Informasi secara informatif dan menarik, serta siap untuk didistribusikan ke platform digital YouTube.

3. Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Adapun jadwal dan anggaran pelaksanaan adalah sebagai berikut:

Tahapan	2025											
	Maret			April			Mei			Juni		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Concept												
Design												
Material Collecting												
Assembly												
Testing												
Distribution												

Tabel 3.2 Jadwal Pelaksanaan PKM

No	Kategori	Deskripsi	Kuantitas	Unit	Satuan	Jumlah
1	Belanja Fasilitasi	Peralatan	1	paket	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
2	Belanja Bahan	Paket Internet	1	paket	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
3	Belanja Barang Non-spesialistik	Sewa Laptop	1	unit	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
TOTAL ANGGARAN						Rp 5.000.000

Tabel 3.3 Total Anggaran PKM

Pembahasan Concept



Gambar 4.1 Flowchart konsep pembuatan video

Konsep (*concept*) dalam pembuatan video profil sekolah SMK Harapan Utama sebagai identitas sekolah dalam bentuk video. Konsep pembuatan video profil sekolah bisa dilihat pada gambar 4.1.

Pada tahap *concept*, penulis melakukan identifikasi kebutuhan melalui diskusi dengan Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam (UIB). Kebutuhan utama mitra adalah adanya media promosi berupa video profil yang informatif dan merepresentasikan identitas prodi secara aktual. Penentuan tujuan video adalah untuk mengenalkan profil akademik, fasilitas, kegiatan mahasiswa, serta prospek karir lulusan secara singkat namun menarik (Wibowo et al., 2022). penulis menyusun struktur narasi video dengan memetakan konten penting seperti visi-misi, fasilitas utama (laboratorium komputer, perpustakaan), kegiatan akademik dan non-akademik, serta wawancara singkat dengan Kepala Program Studi dan mahasiswa. Sebagai hasil, penulis menghasilkan *draft* dokumen konsep akhir yang jelas, lengkap dengan timeline pengerjaan sebagai panduan proses selanjutnya (Pratama & Christiansen, 2021).

Design

Pada tahap *design*, tim menyusun storyboard yang menjadi acuan visual utama dalam produksi video. *Storyboard* disusun dalam bentuk sketsa visual yang menampilkan adegan per adegan lengkap dengan teks. Elemen desain visual seperti transisi, teks, dan animasi logo juga dirancang agar sesuai identitas visual UIB

(Adiptia & Kusumandyoko, 2023). Proses ini melalui beberapa revisi setelah mendapatkan masukan dari dosen pembimbing dan mitra, memastikan keselarasan visual dan narasi dengan tujuan awal video profil.

Material Collecting

Tahap *material collecting* melibatkan pengumpulan *footage* langsung dari lingkungan kampus UIB. Penulis menggunakan kamera untuk pengambilan gambar. *Footage* meliputi aktivitas pembelajaran, kegiatan laboratorium, fasilitas umum, serta cuplikan wawancara dengan mahasiswa Sistem Informasi. Rekaman audio wawancara menggunakan mikrofon memastikan kualitas suara yang optimal. Kendala utama seperti cuaca yang kurang mendukung dan keterbatasan jadwal narasumber diatasi dengan fleksibilitas jadwal pengambilan ulang. Tim juga melengkapi materi dengan aset tambahan seperti logo institusi, musik latar dari *YouTube* dan *Pixabay*, serta foto-foto dokumentasi kegiatan (Mustopa & Juraidi, 2023).

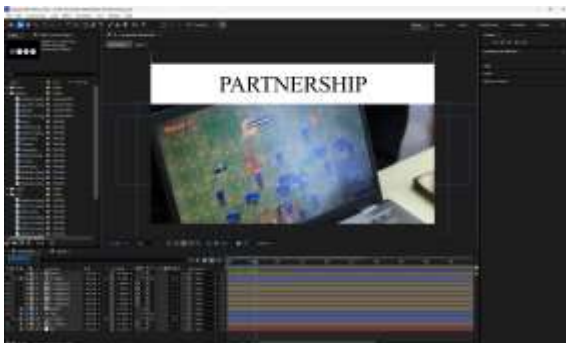
Assembly

Pada tahap *assembly*, seluruh materi disusun menggunakan *Adobe Premiere Pro 2025* dan *Adobe After Effects 2025*. Proses ini mencakup pemilihan klip terbaik, pemotongan *footage*, penyelarasan audio dengan visual, serta pembuatan animasi teks dan grafis. Penulis juga menghadapi tantangan berupa durasi video yang awalnya terlalu panjang dan kekurangan beberapa *footage* pendukung. Solusi adalah dengan melakukan editing tambahan seperti memangkas bagian kurang penting dan menggunakan *slideshow* foto pendukung.

Efektivitas pendekatan ini telah diuji sebelumnya dalam studi serupa oleh (Apriliani et al., 2019). Hasil akhir dari tahap assembly adalah sebuah video profil berdurasi 10 menit lebih dengan tampilan visual dan audio yang optimal.



Gambar 4.2 Penyusunan Footage dan penyelarasan audio



Gambar 4.3 Penyusunan Footage dan pengeditan visual efek

Testing

Tahap *testing* dilakukan melalui dua fase utama, yakni pengujian internal oleh tim dan eksternal oleh Kepala Program Studi atau mitra. Pada pengujian internal, ditemukan beberapa isu minor seperti durasi teks yang terlalu cepat terbaca, transisi audio yang kurang halus, beberapa kesalahan pengetikan teks, dan juga kesalahan penempatan footage ataupun logo mitra. Penulis segera melakukan revisi minor

menggunakan *Adobe After Effect 2025*. Pengujian yang melibatkan *stakeholder* ini merupakan pendekatan efektif yang pernah dilakukan dalam proyek serupa oleh (Wibowo et al., 2022).

Distribution

Setelah revisi akhir disetujui, tahap distribusi dilakukan dengan mengunggah video ke *YouTube* resmi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam. Distribusi digital melalui media sosial terbukti efektif meningkatkan interaksi audiens, sebagaimana dikemukakan oleh (Lubis et al., 2023) dan (Adnas & Tan, 2023). Dalam minggu pertama pasca publikasi, respons audiens sangat positif, terlihat dari meningkatnya *engagement* media sosial prodi.



Gambar 4.4 Hasil Akhir

Simpulan

Kegiatan ini melibatkan mitra dari Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam sebagai pengguna atau pemangku utama dari video profile yang dikembangkan. Metode pelaksanaan menggunakan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari Concept, Design, Material Collecting,

Assembly, Testing, dan Distribution untuk mendapatkan hasil akhir yang sesuai dan relvan dengan perkembangan teknologi.

Hasil akhir dari kegiatan ini berupa video profil berdurasi 10 menit lebih yang menampilkan informasi penting seperti visi dan misi program studi, fasilitas akademik, kegiatan mahasiswa, dan prospek lulusan. Video diproduksi dengan pendekatan visual motion graphic yang menarik dan representatif, serta telah melalui proses evaluasi internal dan eksternal untuk memastikan kualitas serta kesesuaian dengan tujuan komunikasi institusi.

Dari kegiatan ini, luaran yang berhasil dicapai meliputi video profil Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam dalam format digital Full HD yang siap dipublikasikan melalui kanal *YouTube*, dokumentasi lengkap proses produksi berupa foto, rekaman, dan catatan kegiatan, serta laporan kerja praktik dan artikel ilmiah yang mendokumentasikan seluruh tahapan pengembangan menggunakan metode MDLC, selain itu peningkatan keterampilan teknis dan kolaborasi mahasiswa dalam bidang produksi multimedia juga merupakan salah satu luaran penting dari proyek ini.

Kesimpulan yang diambil oleh penulis dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan proyek video profil yang dilakukan di Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah pembuatan video profil Program Studi Sistem Informasi dengan durasi sekitar 10 menit menggunakan pendekatan metode

MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*).

2. Video profil yang telah selesai diproduksi telah diunggah ke kanal *YouTube* resmi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam agar dapat diakses oleh masyarakat umum dan digunakan sebagai media promosi program studi.
3. Seluruh proses produksi telah melalui evaluasi dan revisi bersama mitra, dengan menyesuaikan kebutuhan dan persetujuan yang telah disepakati di awal pelaksanaan kegiatan.



Gambar 5.1 Dokumentasi hasil akhir bersama mitra

Adapun Saran yang ingin disampaikan penulis kepada mitra antara lain:

1. Hendaknya video profil yang telah dibuat digunakan secara optimal sebagai media informasi, pengenalan

- program studi, dan promosi Program Studi Sistem Informasi kepada calon mahasiswa maupun mitra eksternal.
2. Sebaiknya video profil diunggah tidak hanya di kanal YouTube resmi, tetapi juga pada laman/website program studi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.
3. Diharapkan program studi melakukan pembaruan video profil secara berkala, menyesuaikan dengan perkembangan kurikulum, fasilitas, serta pencapaian terbaru yang dimiliki program studi.
4. Penggunaan video profil dalam kegiatan resmi seperti expo pendidikan, atau presentasi kerjasama juga sangat disarankan untuk memperkuat daya tarik program studi di hadapan publik.

Daftar Pustaka

- Adiptia, L. D., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Video Profil Nanas Agency Menggunakan Teknik Motion Graphic. *Jurnal Barik*, 5(1), 133–144.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/56216%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/56216/44213>
- Adnas, D. A., & Alexander. (2023). Perancangan dan Implementasi Video Profil Sekolah SMK Al-Azhar Batam menggunakan MDLC. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9.
<https://doi.org/10.37253/se.v1i1.7334>
- Adnas, D. A., & Tan, J. (2023). View of Perancangan dan Implementasi Video Company Profile di Auto Mandiri dengan Menggunakan Metode MDLC. *View of Perancangan Dan*

Implementasi Video Company Profile Di Auto Mandiri Dengan Menggunakan Metode MDLC, 5(September), 1034–1043.

- Amali, L. N., Zees, N., & Suhada, S. (2020). Motion Graphic Animation Video As Alternative Learning Media. *Jambura Journal of Informatics*, 2(1).
<https://doi.org/10.37905/jji.v2i1.4640>
- 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>
- Lubis, R. kartika, Zein, A., & Salsabiela, I. (2023). Perancangan Cinematic Video Sebagai Media Promosi Kampus Ii Stmik Pelita Nusantara Lubuk Pakam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1814–1820.
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1194>
- Mustopa, A., & Juraidi, A. (2023). Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis Motion graphic. *Journal Automation Computer Information System*, 3(1), 73–80.
<https://doi.org/10.47134/jacis.v3i1.59>
- Pratama, J., & Christiansen. (2021). Video Company Profile After Taste. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 151–162.
- Santoso, L., & Nugroho, S. (2024). *Video Design Motion Graphic Based Company Profile as Publication Media Pt. Muliaoffset Packindo Semarang City*.
- Utami, P., & Sama, H. (2022). Penerapan Metode MDLC pada Perancangan Video Profile Sekolah Advent Mision Sagulung. *COMSERVA Indonesian*

Jurnal of Community Services and Development, 2(5), 443–451.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i5.336>

Wibowo, T., Marselino, A. E., & Saribu, D. (2022). *Perancangan Dan Implementasi Video Profil Sekolah Di SMKHarapan Utama Menggunakan FrameworkMDLC*. 4, 1–6.
<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>