

Perancangan Dan Implementasi Video Profile Di Sekolah Sma Kartini Batam Menggunakan Metode MDLC

Jimmy Pratama¹, Kendy Junianto²

Universitas Internasional Batam

Email: jimmy.pratama@uib.ac.id,1931175.kendy@uib.edu

Abstrak

Video profile merupakan sebuah cara untuk mengenalkan atau menyampaikan informasi secara persuasive dan mempromosikan diri melalui media visual kepada masyarakat. Dengan berkembangnya video profil mendorong banyak perusahaan mendorong untuk melakukan pembuatan video profil kepada calon relasi ataupun konsumen untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam suatu perusahaan. SMA Kartini Batam merupakan sekolah menengah atas swasta yang memiliki tujuan untuk menanggulangi masalah pendidikan di kota Batam. Sekolah tersebut memiliki video profil yang sudah tidak relevan dengan perkembangan SMA Kartini Batam pada saat ini. Tujuan penelitian ini adalah merancang media video profil untuk melakukan peremajaan terhadap video tersebut untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat lebih luas. Metode penelitian yang digunakan dalam merancang video profil adalah metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) dengan memiliki 6 tahap yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA Kartini Batam dikenal oleh masyarakat lebih luas khususnya di kota Batam. Penulis mensarankan untuk terus melakukan peremajaan video profil untuk memberikan informasi yang lengkap kepada masyarakat.

Abstract

Video profile is one way to introduce or convey information persuasively and promote oneself through visual media to the public. With the development of video profiles, many companies are encouraging companies to create video profiles for potential relationships or consumers to increase their understanding of a company. SMA Kartini Batam is a private high school that aims to solve educational problems in Batam. The school has a video profile that is no longer relevant to the current development of SMA Kartini Batam. The purpose of this research is to design a media video profile to rejuvenate the introduction of school videos to the wider community. The research method used in designing the profile video is the MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) method with 6 stages, namely *concept, design, material collector, assembly, testing, and distribution*. The results of the study indicate that SMA Kartini Batam is well known by the wider community, especially in the city of Batam. The author suggests to continue to update the profile video to provide complete information to the public..

Keywords: *Video Profile, Promotion, Multimedia Development Life Cycle, Company Profile.*

Pendahuluan

Multimedia adalah berasal dari kata multi yang memiliki arti banyak atau macam-macam. Sedangkan kata media

memiliki arti perantara atau sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu (Rimayanti et al., 2019). Informasi

dapat disebarakan dalam berbagai banyak macam dengan multimedia, seperti gambar, suara, animasi serta video yang dapat dirancang dalam bentuk digital. Salah satu media yang sering digunakan adalah Video (Kusuma & Nugraha, 2020). Video Profile merupakan sebuah upaya untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan diri secara persuasif dan mempromosikan diri melalui media visual kepada masyarakat (Hunowu, 2021). Perkembangan video profile memiliki efektifitas yang tinggi dalam menyampaikan informasi atau pesan yang ingin ditanggapi oleh masyarakat (Farabi et al., 2021). Banyak perusahaan yang menggunakan video profile untuk memperkenalkan perusahaan mereka kepada calon relasi ataupun konsumen untuk meningkatkan pengetahuan dalam memahami tentang profil suatu perusahaan. Penelitian (Wibowo & Riantono, 2021) melakukan perancangan video profile kepada sebuah vihara di kota Batam yaitu Vihara Dharma Mulia Batam. Penelitian ini menggunakan MDLC sebagai metode perancangan video profile tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempromosikan lingkungan dan aktivitas vihara kepada masyarakat. Hasil dari penelitian menunjukkan terjadinya peningkatan terhadap popularitas dan pengenalan yang lebih dalam terhadap Vihara Dharma Mulia Batam. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Pratama & Frenky, 2021) melakukan perancangan video profile terhadap suatu usaha yang menawarkan jasa pangkas rambut, yaitu Pangkas Om Boy. Penelitian ini menggunakan metode MDLC untuk membantu dalam perancangan media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang singkat, jelas, dan baik kepada konsumen serta melakukan promosi untuk peningkatan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan terjadinya peningkatan terhadap jumlah pelanggan.

Penelitian yang dirancang oleh (Veza & Safira, 2020) mengenai perancangan video iklan kepada perusahaan Graha T-Obenk. Metode penelitian yang digunakan adalah MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video tersebut meningkatkan daya tarik konsumen dalam mencari informasi seputar produk kaos di Batam. Penelitian (Cristiansen & Pratama, 2021) melakukan penelitian dengan merancang video profile terhadap perusahaan AfterTaste. Metode penelitian yang digunakan adalah MDLC untuk membantu dalam proses perancangan video tersebut. Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan penjualan dan pelanggan pada perusahaan. Hasil dari implementasi video menunjukkan bahwa terjadi perluasan di target pasar yang tidak terjangkau dan adanya peningkatan jumlah konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Chaeriyantama et al., 2021) yaitu melakukan perancangan video promosi dengan referensi jurnal lain yang berhubungan dengan video profile. Metode penelitian ini menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) untuk. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk merancang video promosi yang akan diunggah dalam media sosial. Hasil penelitian menunjukkan masyarakat lebih mengenal Universitas Muhammadiyah Metro. SMA Kartini Batam adalah sekolah menengah atas swasta yang didirikan pada tahun 1983/1984 dengan tujuan untuk menanggulangi masalah pendidikan di kota Batam. Sekolah ini ada di naungan Yayasan Keluarga Batam. SMA Kartini Batam memiliki banyak program ekstrakurikuler yang dapat digabung seperti, rohis, pasikbra, science club, PMR, pramuka, english club, mandarin club, jurnalistik, dance, tari tradisional, marching band, cheerleader, futsal, voli, dan basket. Selain program ekstrakurikuler, sekolah tersebut juga

mempunyai fasilitas yang lengkap seperti laboratorium yang dapat digunakan oleh siswa dan guru untuk membantu dalam sesi mengajar. SMA Kartini Batam memiliki video profile yang sudah pernah dirancang sebelumnya. Tetapi video tersebut sudah tidak relevan dengan perkembangan sekolah. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah merancang media video profile untuk melakukan peremajaan terhadap video tersebut.

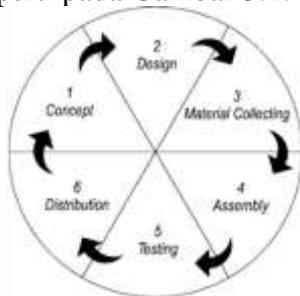
Masalah

Dengan latar belakang diatas, penulis memiliki topik penelitian yang berjudul **“Perancangan dan Implementasi Video Profile di Sekolah SMA Kartini Batam”**. Selain itu, terdapat juga permasalahan yang dapat di kutip oleh penulis, yaitu:

- 1) Bagaimana cara merancang video profile?
- 2) Bagaimana cara menggunakan metode MDLC dalam merancang video profile?

Metode

Penelitian ini menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) seperti pada Gambar 3.1.



Gambar 1.

MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*).

Menurut (Sutrisman et al., 2019) metode MDLC memiliki 6 tahapan yang digunakan untuk merancang sebuah video, yaitu :

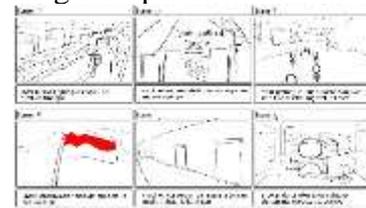
1. *Concept* (Konsep).

Tahap *concept* merupakan tahap merumuskan dasar-dasar atau ide dari sebuah proyek

multimedia yang akan dibuat atau dikembangkan. Tahap ini menekan pada ide dan konsep terhadap proyek yang akan dibuat. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan wawancara yang akan diolah untuk tahap selanjutnya.

2. *Design* (Desain).

Tahap *design* merupakan tahap menjabarkan secara rinci proyek multimedia dari awal hingga hasil akhir yang akan dicapai. Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan di atas, penulis merancang *storyboard* yang akan digunakan untuk membantu dalam proses *matrial collecting*. Berikut merupakan hasil *storyboard* yang sudah di rancang oleh penulis:



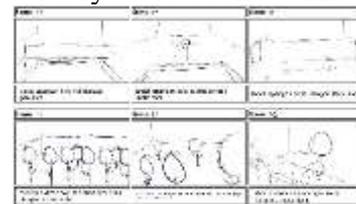
Gambar 2.

Storyboard Scene 1-6.



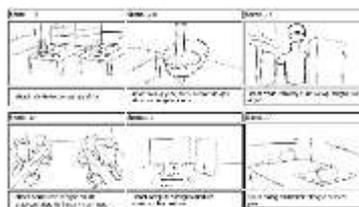
Gambar 3.

Storyboard Scene 7-12.



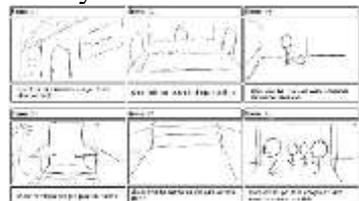
Gambar 4.

Storyboard Scene 13-18.



Gambar 5.

Storyboard Scene 19-24.



Gambar 6.

Storyboard Scene 25-30.



Gambar 7.

Storyboard Scene 31-32.

3. *Material Collecting* (Pengumpulan Materi).

Tahap *material collecting* merupakan tahap pengumpulan materi atau bahan multimedia yang akan diperlukan dalam perancangan video. Materi atau bahan tersebut dapat berupa video, suara, dan gambar. Pada tahap ini penulis menggunakan camera Nikon dan tripod untuk melakukan pengumpulan bahan video untuk tahap *assembly*.

4. *Assembly* (Penggabungan).

Tahap *assembly* merupakan tahap penggabungan materi atau bahan video yang sudah dikumpulkan dan kemudian di rancang sesuai dengan yang sudah di desain sebelumnya. Setelah pengumpulan bahan sudah selesai, penulis akan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019 untuk proses penggabungan video.

5. *Testing* (Percobaan).

Tahap *testing* merupakan tahap uji coba terhadap proyek multimedia yang telah dirancang. Proses ini digunakan untuk mengetahui apakah sudah layak untuk digunakan proyek tersebut. Pada tahap ini, penulis akan memberikan hasil *rendering* video kepada pihak sekolah untuk melakukan evaluasi dan masukan agar sesuai dengan permintaan sekolah.

6. *Distribution* (Distribusi).

Tahap *distribution* merupakan penyebaran hasil dari proyek multimedia kepada pengguna atau audiens yang sudah ditargetkan sebelumnya. Tahap ini dalam melakukan distribusi dengan menggunakan CD/DVD, *upload*, ataupun media yang lain. Tahap terakhir yaitu melakukan penyebaran video setelah mendapatkan persetujuan dari pihak sekolah atas hasil video yang sudah di evaluasi. Video profile tersebut akan di publikasikan dalam media youtube SMA Kartini Batam.

Penelitian ini dilakukan tepatnya di SMA Kartini Batam Jl. Budi Kemuliaan No.1, Kp. Pelita, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432. Waktu dan durasi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini adalah selama 4 bulan. Pada bulan maret dan april melakukan observasi dan wawancara pada pihak sekolah. Bulan mei melakukan pengumpulan bahan video dan evaluasi terhadap video. Bulan juni melakukan tahap implementasi video pada youtube dan pembuatan laporan serta penilaian kegiatan PkM.

Pembahasan

Hasil luaran kegiatan PkM ini adalah video profil yang dirancang berdasarkan pada metode MDLC. Video profil tersebut di rancang sebagai solusi untuk peremajaan terhadap video profil yang

dimiliki oleh SMA Kartini Batam sebelumnya. Penulis melakukan implementasi video profil pada media youtube, berikut merupakan hasil implementasi perancangan luaran kegiatan:



Gambar 1.
Scene Video Profile 1.



Gambar 2.
Scene Video Profile 2.



Gambar 3.
Scene Video Profile 3.



Gambar 4.
Scene Video Profile 4.



Gambar 5.
Scene Video Profile 5.



Gambar 6.
Scene Video Profile 6.



Gambar 7.
Scene Video Profile 7.



Gambar 8.
Scene Video Profile 8.



Gambar 9.
Scene Video Profile 9.



Gambar 10.
Scene Video Profile 10.



Gambar 11.
Scene Video Profile 11

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan PkM diatas dapat disimpulkan bahwa pencapaian dalam peremajaan video profil terhadap SMA Kartini menjadi lebih terkenal oleh masyarakat luas. Penulis mensarankan kepada pihak sekolah yaitu SMA Kartini untuk melakukan pengembangan atau pembaruan terhadap video profile setiap tahun untuk memberikan informasi yang lebih lengkap kepada masyarakat untuk kedepannya.

Hasil dari kegiatan PkM ini masih memiliki banyak keterbatasan, penulis berharap kegiatan PkM tersebut dapat menjadi referensi untuk penelitian dalam topik yang berkaitan. Penulis memberi ucapan terima kasih dan apresiasi kepada yang ikut berkontribusi dalam kegiatan PkM ini.

Daftar Pustaka

- Chaeriyantama, F., Mustika, M., & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Medai Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC. *Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI)*, 2(2), 154–165.
- Cristiansen, C., & Pratama, J. (2021). Video Company Profile AfterTaste. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 151–162.
- Farabi, G. I., Khabibah, U., Niaga, A., & Malang, P. N. (2021). *PROMOSI DENGAN DESAIN MEDIA VIDEO COMPANY PROFILE BERBASIS APLIKASI ADOBE PREMIERE PRO 2019 PADA TITA*. 7, 2019–2022.
- Hunowu, R. P. S. (2021). Perancangan Video Company Profil Universitas Ichsan Gorontalo. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 93–98.
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.247>
- Kusuma, S. S., & Nugraha, F. F. (2020). *Pendampingan Dan Pembuatan Video Profile Wisata Desa Cisantana Sebagai Salah Satu Promosi Wisata Di Kabupaten Kuningan*. 03(02), 319–328.
- Pratama, J. (2021). *Perancangan dan Pembuatan Video Profile Nagaya Pangkas Om Boy Keywords : 1*(1), 628–642.
- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *It Journal Research and Development*, 3(2), 84–95.
[https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vo13\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vo13(2).2499)
- 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.
- Veza, O., & Safira, E. (2020). Perancangan Video Iklan Promosi Di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle. *Engineering And Technology International Journal*, 2(3), 9–19.
- Wibowo, T., & Riantono, J. (2021). *Perancangan dan Pengembangan Video Company Profile Vihara Dharma Mulia Batam Keywords : 1*(1), 449–456.
<https://radenwijaya.ac.id/jurnal/index.php/PATISAMBHIDA/article/view/170>