



Perancangan dan Implementasi Video Profil Sekolah SMK Al-Azhar Batam menggunakan MDLC

Willy Fernando¹, Muhammad Ardiansyah²

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam

Email: 1931072.willy@uib.edu, muhammad.ardiansyah@uib.ac.id

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Pemasaran Video, Grafik Gerak, Pemasaran Digital

ABSTRAK

Pemasaran video adalah cara yang bagus untuk meningkatkan hasil bisnis. Video Marketing menghadirkan peluang bagi bisnis untuk membangkitkan emosi dan menarik kebutuhan audiens mereka. Dalam penelitian ini dijelaskan tentang proses pembuatan video promosi untuk memperkenalkan fasilitasi, akreditasi hingga prestasi yang telah dicapai SMA Al-Azhar Batam. Dengan memanfaatkan perkembangan multimedia seperti efek visual, diharapkan dapat lebih menarik perhatian dan memudahkan dalam penyampaian pesan dari video ini. Dalam proses pembuatan video promosi menggunakan software Adobe Premiere Pro 2020 dan Filmora. Pembuatan video ini melalui proses observasi dan wawancara dengan pihak sekolah. Hasil observasi dan wawancara tersebut menghasilkan luaran berupa video marketing yang akan membantu pihak sekolah untuk mempromosikan aktifitas yang ada di lingkungan sekolah. Video marketing dibuat dengan menggunakan metode motion grafis agar tidak monoton dan menarik minat masyarakat terhadap sekolah.

ARTICLE INFO

Keywords:

Video Marketing, motion graphic, digital marketing

ABSTRACT

Video marketing is a great way to increase business results. Video Marketing presents an opportunity for businesses to stir emotions and appeal to the needs of their audience. This study describes the process of making promotional videos to introduce facilitation, accreditation to achievements that have been achieved by SMA Al-Azhar Batam. By utilizing multimedia developments such as visual effects, it is hoped that it will attract more attention

and facilitate the delivery of messages from this video. In the process of making promotional videos using Adobe Premiere Pro 2020 and Filmora software. Making this video through the process of observation and interviews with the school. The results of these observations and interviews produce outputs in the form of video marketing that will help the school to promote activities in the school environment. Video marketing is made using motion graphics methods so as not to watch and attract public interest in schools.

1. Pendahuluan

Dewasa ini, pendidikan juga mengikuti perkembangan teknologi informasi termasuk negara Indonesia yang merupakan negara berkembang. Dunia pendidikan teknologi informasi mulai memberikan pengaruh yang positif lantaran dunia pendidikan mulai menunjukkan perubahan signifikan. Beragam manfaat dapat diperoleh dan dirasakan, seperti kemudahan dalam mendapatkan informasi melalui komputer, ponsel dan internet. Kecanggihan teknologi komputer itu memberikan manfaat bagi manusia, terutama dalam menyelesaikan suatu kinerja. Selain itu komputer juga bermanfaat dalam bidang bisnis, administrasi dan sekolah. Peranan komputer di dalam bisnis sangat dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis seperti memasarkan produk atau jasa, mempercepat dan meningkatkan jumlah produk, untuk mempermudah membuat laporan keuangan, pencarian tenaga kerja, serta pengorganisasian perusahaan bisnis yang diguliti, dan untuk pengumpulan data yang cepat.

Selain itu kegunaan komputer juga dapat dimanfaatkan dalam bidang pemasaran atau promosi suatu karya yang telah dihasilkan. Pemasaran atau dipromosikan sekolah pun dapat diciptakan melalui videografi (M.

Ridwan, 2019). Salah satu yang dihasilkan videografi adalah video marketing. Pemasaran video adalah cara yang bagus untuk meningkatkan hasil bisnis. Video Marketing menghadirkan peluang bagi bisnis untuk membangkitkan emosi dan menarik kebutuhan audiens mereka. (Mowat, 2018) juga setuju bahwa itu melibatkan emosi orang. Selain itu, (Scott, 2017) menjelaskan bahwa video online (selain blog, siaran pers, dan bentuk konten web lainnya) memungkinkan organisasi berkomunikasi langsung dengan pembeli.

Video adalah cara yang efektif untuk menyampaikan ide kepada audiens Anda dengan kata-kata minimal, dalam waktu singkat dan yang lebih penting, dengan konten visual yang dipertimbangkan dengan cermat. Penelitian lain setuju dan menyatakan Video telah membantu perusahaan kami meningkatkan pemahaman tentang produk kami di antara audiens target. Namun demikian, kami meningkatkan lalu lintas ke situs web kami dengan angka dua digit. Hampir semua penelitian (Mahadevan, 2013) membahas hasil positif pemasaran video dan dampaknya terhadap berbagai indikator bisnis (seperti peningkatan penjualan, lalu lintas web, kesadaran merek, dll.). Pernyataan

terakhir juga dikonfirmasi oleh penelitian (Wyzowl, 2019), sementara 83% pemasar mengatakan video memberi mereka laba atas investasi yang baik (naik dari 78% pada 2018) Pemasaran video adalah cara yang bagus untuk mengembangkan bisnis Anda. Anggaran kami di 2019 akan meningkat sekitar 30%.

Media digital dan media sosial memiliki juga sering digunakan untuk membangun kesadaran tentang pelayanan publik. Orang-orang menghabiskan lebih banyak waktu mencari informasi online tentang produk dan layanan komunikasi dengan konsumen lain tentang pengalaman mereka dan terlibat dengan perusahaan. 70% aktif pengguna jejaring sosial mengunjungi media sosial situs untuk informasi produk sebelum membeli produk (Shareef et al., 2019).

Pada laporan ini, penulis menjalankan kerja praktek di Pada SMK Al-Azhar Batam dalam menjalankan promosi sekolah agar dikenal secara luas oleh masyarakat. Luaran kegiatan akan dikemas dengan video pemasaran pengenalan sekolah dari segi sarana maupun prasarana. Penulis berkenan untuk Menyusun sebuah laporan yang berjudul “Efektifitas Video Pemasaran SMA Al-Azhar Batam” yang berisikan mengenai profil sekolah secara singkat dengan estetika videografi.

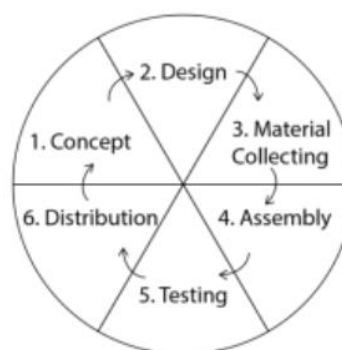
Masalah

Pada laporan kegiatan kerja praktek yang dilaksanakan pada SMA Al-Azhar Batam penulih menemukan masalah dari hasil wawancara:

1. Kurangnya sarana informasi bagi masyarakat terhadap SMA Al-Azhar Batam.
2. Kurangnya pengembangan digital marketing dalam pemasaran SMA Al-Azhar Batam.

2. Metode

Didalam penulisan laporan proyek wisata ini mahasiswa menggunakan beberapa metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle). Metode ini terdapat 6 tahap penelitian yaitu konsep, desain, pengumpulan bahan, perakitan, pengujian, dan distribusi (Christian & Kwek, 2022). Tahapan ini tidak harus berurutan dalam latihan, tahapan ini dapat bertukar posisi. Namun, tahap konsep harus menjadi yang pertama sesuatu yang harus dikerjakan. Tahap konsep menentukan tujuan dan siapa pengguna program tersebut. Tahap desain adalah pembuatan Spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, penampilan, dan persyaratan material untuk program. Tahap pengumpulan bahan adalah pengumpulan bahan sesuai dengan kebutuhan yang dilakukan. Itu tahap perakitan adalah membuat semua objek atau materi multimedia. Tahap pengujian selesai setelah menyelesaikan fase manufaktur dengan menjalankan aplikasi dan melihat terdapat kesalahan atau tidak. Tahap distribusinya adalah aplikasi akan disimpan dalam penyimpanan sedang.



Gambar 1 MDLC Diagram
Sumber: (Mustika et al., 2018)

Pengertian Video

Video merupakan bagian dari gambar berurutan yang disebut Frame dengan ukuran standar 24 frame/second (FPS

= Frame Per Second). Gambar-gambar tersebut kemudian diproyeksikan pada layar dan ditambahkan dengan item atau teks yang diberi hiasan animasi. Terdapat pula format rekaman dalam video meliputi: 1. Audio video interleave (AVI), standar video di sistem Windows. 2. Motion overlay Video (MOV), sebuah desain video buatan Apple yang banyak digunakan di Web. 3. Motion picture expert group (MPEG), sebuah format yang umumnya dipakai dalam VCD. 4. Real Video dibuat oleh Real Media. Rekaman yang disimpan dalam format Real Video memiliki ekstensi .rm atau .ram, yang sering dimanfaatkan dalam video berbasis web dan TV. 5. Shockwave (Flash) diciptakan oleh Macromedia, format shockwave membutuhkan bagian ekstra untuk dimainkan.

Pengertian Promosi

Pemasaran adalah salah satu dari empat komponen dasar promosi bagi organisasi ataupun instansi pemerintah. Pengiklan dan sponsor harus tahu bagaimana memanfaatkan publikasi, promosi, penjualan dan penjualan individu untuk memperkenalkan item dan nilainya kepada pembeli yang ditarget. Untuk memulainya, komunikator harus melakukan identifikasi terkait dengan sasaran beserta ciri-cirinya, termasuk gambaran mereka tentang item tersebut. Komunikator harus memutuskan tujuan di balik komunikasi, apakah untuk membangun can menciptakan relasi, informasi, pencapaian, keyakinan, atau membeli. Pesan harus direncanakan secara kompleks yang menggabungkan isi, format, struktur dan sumber. Saluran komunikasi individu dan non-individu harus diseleksi. Anggaran promosi harus ditata dan ditentukan. Biaya atas promosi tersebut harus dibagi sesuai dengan alat utama yang digunakan.

Komunikator harus menyelidiki pula banyaknya bidang usaha yang mengetahui tentang produk ini, berusaha dan puas dengan barang tersebut selama promosi. Terakhir, seluruh komunikasi tentunya juga harus diawasi dan disusun agar efektif, stabil dan tepat.

Pengertian Branding

Branding adalah suatu kesatuan dimana didapatkan melalui pemikiran ataupun perasaan atas pengalaman yang sebelumnya telah diperoleh dari panca indra. Maka dari itu, branding juga disebut terdiri atas tiga klasifikasi, yakni:

1. Personal branding

Personal branding berkaitan erat dengan perasaan dan pikiran seseorang. Pepatah lama mengajarkan "orang bisa ragu dengan apa yang anda ucapkan, tetapi tidak atas apa yang anda lakukan. Pemisahan antara keduanya tidak akan menghasilkan brand yang memadai.

2. Corporate branding

Menyangkut perasaan dan pikiran individu akan suatu institusi (perusahaan, lembaga, pemerintah, partai politik, badan amal dan lain sebagainya).

3. Product branding

Product branding merupakan sikap dan perasaan individu akan suatu produk yang spesifik dalam artian memiliki merek atau ciri tertentu.

Pelaksanaan pembuatan video marketing ini dilakukan mulai dari tanggal 30 April 2022 sampai 21 Juli 2022. Berikut ini adalah anggaran dalam melaksanakan pembuatan video marketing SMA Al-Azhar Batam.

Tabel 1

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan Kerja Praktek	Jadwal	Agenda
Tahap Persiapan	Februari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan informasi mengenai fasilitas, akreditasi serta visi misi dari SMA Al-Ahar Batam 2. Menyusun Tema dan Sinopsis dalam proses perekaman video. 3. Melakukan beberapa dokumentasi sebelum kegiatan akan dilaksanakan.
Tahap Pelaksanaan	Maret	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan proses rekaman dilingkungan sekolah dengan mengajak beberapa siswa dan siswi serta mengambil beberapa bagian video dari Kepala Sekolah. 2. Memilah video-video yang sudah direkam agar mempermudah pada saat penyuntingan 3. Melakukan penyuntingan atau editing dari video-video yang

		<p>telah dipilih dan menambahkan elemen-elemen seperti motion grafis agar video tidak terkesan monoton.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Mengunggah video yang telah dilakukan editing dan mengunggah di Google Drive. 5. Menyebarkan link dengan menambahkan beberapa kalimat pemasaran pada beberapa platform.
Tahap Penilaian dan Pelaporan	Maret - Mei	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan judul kerja praktek yaitu "Efektifitas Video Pemasaran SMK Al-Azhar Batam". 2. Melakukan bombongan video marketing dengan dosen pembimbing. 3. Menyusun dan menulis laporan kerja praktek.

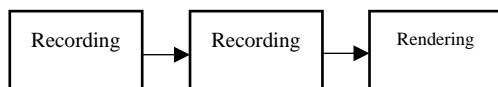
Sumber: Data Primer, 2022

3. Pembahasan

Perancangan Luaran Kegiatan

Setelah dilakukan observasi pada SMA Al-Azhar Batam penulis menetapkan untuk membuat video

marketing yang menyesuaikan video estetika pada trend. Video marketing yang dikemas dengan menarik dan tidak menonton akan menambah minat dan daya tarik masyarakat untuk mengenal SMA Al-Azhar Batam. Video marketing ini juga diharapkan sebagai luaran yang dapat membantu pemasaran dan promosi penerimaan siswa-siswi baru. Pada perancangan luaran kegiatan penulis menggunakan beberapa tahapan dalam pembuatan video. Pada proyek ini menggunakan *Camera Canon 80D Full HD 1080p Video Recording 60fps* dengan lensa 18-55mm. Dalam pengambilan gambar video promosi ini menggunakan settingan video dengan kualitas HD yaitu 1280 x 720 pixel dengan frame rate 50 fps (frame per second). Menurut (Deli & Carlie, 2022) terdapat 3 tahapan dalam proses pembuatan video, yaitu :



Gambar 2 Tahap Pengembangan Video,
Sumber: (Deli & Carlie, 2022)

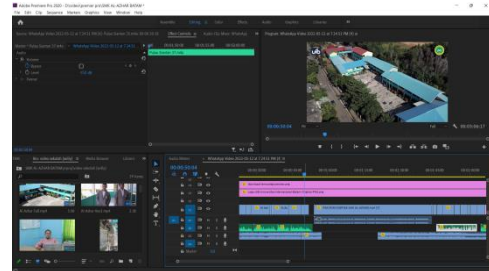
a. Recording

Setelah pelaksanaan riset terhadap materi serta wawancara kepada ahli materi, penulis memilah inti materi yang akan dibahas. Setelah pemilahan materi, penulis menentukan juga background video yang diinginkan. Sebelum melakukan perekaman, penulis terlebih dahulu melakukan pengaturan Angle, ISO, Shutter speed dan Aperture terhadap Camera. Teknik pengambilan gambar menggunakan beberapa Teknik yaitu Long shoot, medium close up dan close up. Menurut Teknik sinematografi adalah kerangka kerja untuk pengeditan gambar realistis, lalu gambar yang diambil disusun menjadi ide cerita. Dalam teknik sinematografi, beberapa aspek adalah diperhitungkan sehingga

setiap kamera rekaman bisa menjadi gambar lengkap yang bisa bercerita. Dalam membuat video, sinematografi memiliki peran penting sehingga video dapat menyampaikan pesan dan bersifat menarik untuk ditonton. Sinematografi teknik termasuk jenis pemotretan, kamera gerakan, komposisi, kontinuitas, kamera sudut, pemotongan, pencahayaan, ketajaman, dan objek pergerakan (Sari & Abdullah, 2020).

b. Editing

Setelah selesai mengambil rekaman, penulis memilah bagian video yang nantinya akan dilanjutkan pada tahap editing dengan memanfaatkan software Adobe Premiere Pro 2019. Kemudian video yang direkam dipilah terlebih dahulu agar mempermudah proses penyuntingan. Proses penyuntingan video menggunakan aplikasi editing yaitu Filmora dan Adobe Premiere Pro 2020. Menurut Video marketing tersebut dikemas dengan estetika motion grafis yang menambah daya tarik video. Video ini juga ditambahkan bagian Kepala Sekolah yang menyampaikan fasilitas serta visi dan misi sekolah.



Gambar 3 proses editing video marketing

Sumber: Data Primer, 2022

c. Rendering

Setelah proses editing diselesaikan, selanjutnya ialah proses exporting ataupun rendering video. Video marketing akan dilakukan rendering dengan format .MP4 dengan ukuran frame 1280 x 720 px 59.94 fps dengan resolusi 720p. Video yang telah dirender akan akan ditunjukkan kepada dosen pembimbing dengan tujuan evaluasi. Pada tahap implementasi ini, penulis telah menghasilkan perancangan dan pengembangan video marketing mengenai semua kegiatan yang ada di SMA Al-Azhar Batam. Video marketing yang dirancang dengan memakai *Camera Canon 80D Full HD 1080p Video Recording 60fps* dengan lensa 18-55mm. Kemudian disunting dengan memakai perangkat lunak berupa Adobe Premiere Pro 2020. Total durasi dari video ini adalah 3 menit. Kemudian hasil dari video ini akan diunggah ke medie google drive dan disimpan pada memory card yang berukuran 64 GB.

Proses Implementasi Luaran

Implementasi merupakan tahap penerapan pelaksanaan kepada masyarakat. Pada implementasi luaran, penulis telah menyelesaikan sebuah video profil sekolah yang berguna untuk pemasaran. Implementasi ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat luas dapat mengenal SMA Al-Azhar Batam melalui video singkat. Penyntingan video dilakukan dengan Adobe Premiere Pro 2020 seperti pada gambar 4.2, penulis memberikan gambar pada intro pertama berupa text yang bertuliskan SMA Al-Azhar Batam dan juga menambahkan logo dari sekolah tersebut pada sudut kanan atas video. Pada intro penulis menggunakan icon

batam yaitu Jembatan Bareleng pada background tulisan.



Gambar 4 Intro Video Marketing SMA Al-Azhar Batam

Sumber: Data Primer, 2022

Selanjutnya adalah penulis menampilkan profil SMA Al-Azhar Batam ditimpa dengan sound atau suara 1 orang siswi dan 1 orang siswa yang membacakan profil sekolah tersebut. Profil yang berisi mengenai fasilitas sekolah, akreditasi sekolah hingga prestasi yang telah dicapai oleh sekolah.



Gambar 5 Isi Video Marketing SMA Al-Azhar Batam

Sumber: Data Primer, 2022

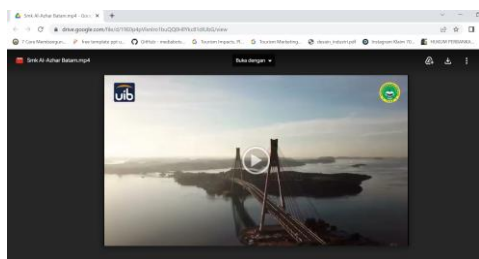
Kemudian, ditengah-tengah video penulis memasukkan bagian video yang berisikan pemaparan dari Kepala Sekolah mengenai SMA Al-Azhartr Batam dengan arahan dari penulis. Video singkat disampaikan pada kurang lebih 1 menit.



Gambar 6 Kepala Sekolah SMA Al-Azhar Batam

Sumber: Data Primer, 2022

Setelah video berhasil di *render* dan di *export* penulis melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing serta kepada mitra yang diajak kerjasama. Video marketing yang sudah dikonsultasikan disimpan pada memory card dan di upload pada google drive. Tautan yang digunakan untuk mengakses video juga akan dibagikan pada masyarakat melalui platform media sosial.



Gambar 7 Hasil Video Marketing yang telah di upload pada Google Drive,

Sumber: Data Primer, 2022

Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah melakukan implementasi video marketing pada SMA Al-Azhar Batam adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya video marketing mengenai profil sekolah SMA Al-Azhar Batam dapat memberikan peluang pasar bagi sekolah untuk dikenal oleh masyarakat secara luas.
2. Video marketing ini dapat disebar luaskan dengan mudah dengan bantuan link atau tautan yang sudah tersedia.

Simpulan

Video marketing merupakan peluang bagi bisnis untuk membangkitkan emosi dan menarik kebutuhan audiens mereka. (Mowat, 2018) juga setuju bahwa itu melibatkan emosi orang. Melalui video marketing bisnis perusahaan dapat dikenalkan dengan mudah dizaman sekarang ini. Penulis membuat video marketing mengenai profil dari SMA Al-Azhar Batam mulai dari fasilitas, akreditasi hingga prestasi yang ada disekolah. Hasil kerja praktek ini yang akan dibagikan pada masyarakat secara luas dengan menggunakan link atau tautan dari google drive. Pada proses perancangan luaran, penulis melakukan observasi dan wawancara dengan pihak sekolah. Sehingga, menemukan solusi dari permasalahan dengan membuat video marketing. Video marketing yang disebar akan diimplementasikan dengan pihak sekolah. Hasil yang telah dicapai oleh penulis dalam kerja praktek di SMA Al-Azhar Batam:

1. Penulis menjadi tahu tentang video marketing serta mendapatkan ilmu mengenai digital marketing dengan baik.
2. Menghasilkan video marketing yang baik dan menarik untuk pemasaran bagi SMA Al-Azhar Batam agar dapat menarik minat masyarakat luas serta menambah daya tarik sekolah.
3. Mengenalkan lingkungan serta menambah citra baik dari SMA Al-Azhar Batam pada masyarakat luas melalui digital marketing.

Rekomendasi

Mengacup pada hasil kerja praktek yang telah dilaksanakan oleh penulis dengan menetapkan judul laporan yaitu "Efektifitas Video Marketing di SMA Al-Azhar Batam", terdapat beberapa saran. Berikutnya merupakan saran yang diberikan oleh penulis:

1. Dengan adanya video ini diharapkan sekolah dapat mengembangkan videography lainnya seperti video reportase, video pembelajaran, video presentasi dan lainnya sebagai media pembelajaran anak atau menjadikan kegiatan ini sebagai ekstrakurikuler tambahan.
2. Video marketing yang telah dibuat dapat disebarluaskan serta menambah kreatifitas pada editing video dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris agar bersaing dengan sekolah internasional.

Daftar Pustaka

- Christian, Y., & Kwek, A. (2022). *The 2nd Conference on Management , Business , Innovation , Education , and Social Science (CoMBInES) Analysis Of Consumer Attitude And Trust On The Purchase Intention To The 2nd Conference on Management , Business , Innovation , Education , and Social S.* 590–599.
- Deli, & Carlie, J. (2022). *Perancangan Media Pembelajaran Bahasa Mandarin Tingkat HSK 1 Berbasis Video.* 01, 46–61.
- M. Ridwan, H. (2019). *Perancangan Video Promosi Karya/Produk Siswa Smk N 1 Lubuk Sikaping Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere.*
- Mahadevan, Y. (2013). The impact on marketing by the advent of web 2.0 internet tools. *International Journal of Research in Commerce*, 3(3), 146–149.
- Mowat, J. (2018). *Video Marketing Strategy: Harness the Power of Online Video to Drive Brand Growth.* Kogan Page Limited.
- Mustika, M., Sugara, E. P. A., Pratiwi, & M. (2018). No Title Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle. *Jurnal Online Informatika*, 2(2), 121.
- Sari, R. P., & Abdullah, A. (2020). Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Videoklip Monokrom. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1).
- Scott, D. . (2017). *The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, Press Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly,* John Wiley & Sons, Inc.
- Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 58–69.
- Wyzowl. (2019). *The State of Video Marketing in 2019.* 12 March 2019. <https://bb4b089076d0d4765f18-c3b4c8baa80714684c08ebfcd0c823f3.ssl.cf1.rackcdn.com/AutopilotHQ/downloads/Wyzowl-Video-Survey-2019s.pdf>