
VIDEO PROFILE PROMOSI DAN INFORMASI PADA SMK TUNAS HARAPAN PASAR KEMIS KABUPATEN TANGERANG

Wahyu Hidayat^{*1}, Gustina², Mukhlisin³

^{*1,3}Universitas Raharja Teknik Informatika, ²STMIK Eresha Teknik Informatika
Email: ^{*1}wahyu.hidayat@raharja.info, ²tina_siu@yahoo.com, ³mukhlisin@raharja.info

Abstrak

SMK Tunas Harapan Pasar Kemis sekolah kejuruan yang mempunyai berbagai kejuruan, mendapatkan ilmu sesuai bidang yang diinginkan dan untuk menjawab kebutuhan dunia industri terhadap kompeten di bidangnya masing-masing. Proyek menggunakan aplikasi pendukung agar proyek tersebut jadi dan bisa di minati oleh masyarakat penunjang maka dari itu karena kebutuhan tersebut penulis melakukan perancangan video yang dituangkan dalam tanpa adanya penjelasan informasi melalui audio dan instruksi untuk membuat calon customer menjadi lebih tertarik. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai kepala sekolah. Hasil analisis memunculkan konsep video profile dengan mengambil tema futuristic menggunakan aplikasi penunjang adobe premier pro CS6 dan Adobe Photoshopp CS6. Perancangan dilakukan dengan konsep produksi media, yang diantaranya ada preproduction, production dan postproduction. Hasil dari konsep video profile yang dirancang ini dimanfaatkan untuk dapat meningkatkan minat dan target dari profile SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

Kata Kunci - media, video, informasi.

Abstract

SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Vocational School has a variety of vocational, get the science according to the desired field and to answer the needs of the industrial world to be competent in their respective fields. The project uses supporting applications to make the project so that it can be interested by the supporting community, because the needs of the authors do the video design that poured in without the explanation of information through audio and Instructions to make prospective customers become more interested. The data collection process is conducted by interviewing the principal. The results of the analysis bring out the concept of video profile by taking a futuristic theme using Adobe Premier Pro CS6 and Adobe Photoshopp CS6 applications. The design is done by the concept of media production, including preproduction, production and postproduction. The result of this designed video profile concept is utilized to increase interest and target from SMK Tunas Harapan Pasar Kemis, Tangerang regency.

Keywords - media, video, information.

1. PENDAHULUAN

Media video saat ini paling menjadi sorotan, sebagai promosi dan informasi, karena audio visual dirasa lebih baik dari segi informasi audio dan visual. Penyampaian media video sebagai promosi dianggap lebih menarik oleh mereka yang membutuhkan promosi tersebut. waktu Durasi ditawarkan pada media video pun dirasa cukup untuk menginformasikan promosi yang dimaksud. SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang belum banyak dikenal

oleh masyarakat karena SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang hanya menggunakan promosi menggunakan social media sehingga yang di dapat oleh masyarakat kurang maka saya membuat desain promosi untuk SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang agar masyarakat bisa mengetahui SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang dan juga mendapatkan pencapaian yang tinggi pada saat mendaftar menjadi siswa dan siswi SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

Media apa yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi dan promosi SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang sehingga seperti apa yang dibutuhkan SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang agar *video profile* lebih menarik dan Strategi pemasaran seperti apa yang dilakukan SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang untuk menarik minat masyarakat, khususnya para orang tua.

2. METODE PENELITIAN

1. Observasi

Metode observasi dilakukan guna pengambilan data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi yaitu pada SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang untuk membantu dalam perancangan media *video profile* Sekolah SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara komunikasi dua arah atau bertatap muka secara langsung dengan narasumber, untuk memperoleh informasi mengenai hal-hal yang apa saja hal dibutuhkan dan diinginkan SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang dalam *video profile* dan diadakan pertemuan dengan beberapa guru, *stakeholder*, dan kepala sekolah di SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

3. Studi pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang berupa teori tulisan, memperoleh data dari membaca, memahami dan mempelajari buku–buku, jurnal, dan media tertulis lainnya yang terkait dengan penelitian penulisan laporan skripsi konsentrasi *Multimedia Audio Visual and Broadcasting*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Perancangan

Menurut Dana Pranata, dkk (2015:27) “Perancangan adalah Proses rancang bangun sistem serta menulis spesifikasi desain lengkap sehingga rencana-rencana implementasi.”

Pengertian Data

Menurut Nydia Nordica Binilang, dkk (2017:1436) “Data adalah sekumpulan informasi, dalam pengertian bisnis, data merupakan sekumpulan informasi dalam pengambilan keputusan”.

Pengertian Video

Dimas Sasongko Suyatno (2016:12) “Video adalah media analog dan digital yang berbentuk gambar bergerak.

Pengertian *Broadcasting*

Lusyani Sunarya, dkk (2016:320) mengungkapkan “*Broadcasting* adalah percampuran audio dan visual sehingga dapat dilihat oleh masyarakat”.

Pengertian *Storyboard*

Adi Kusuma Widya Tama,dkk (2017:5)^[48] *Storyboard* ialah sebuah gambaran scene visual dalam perancangan, durasi serta keterangan dari narasi suara didalam perancangan *storyboard*.

Aplikasi Penunjang Video

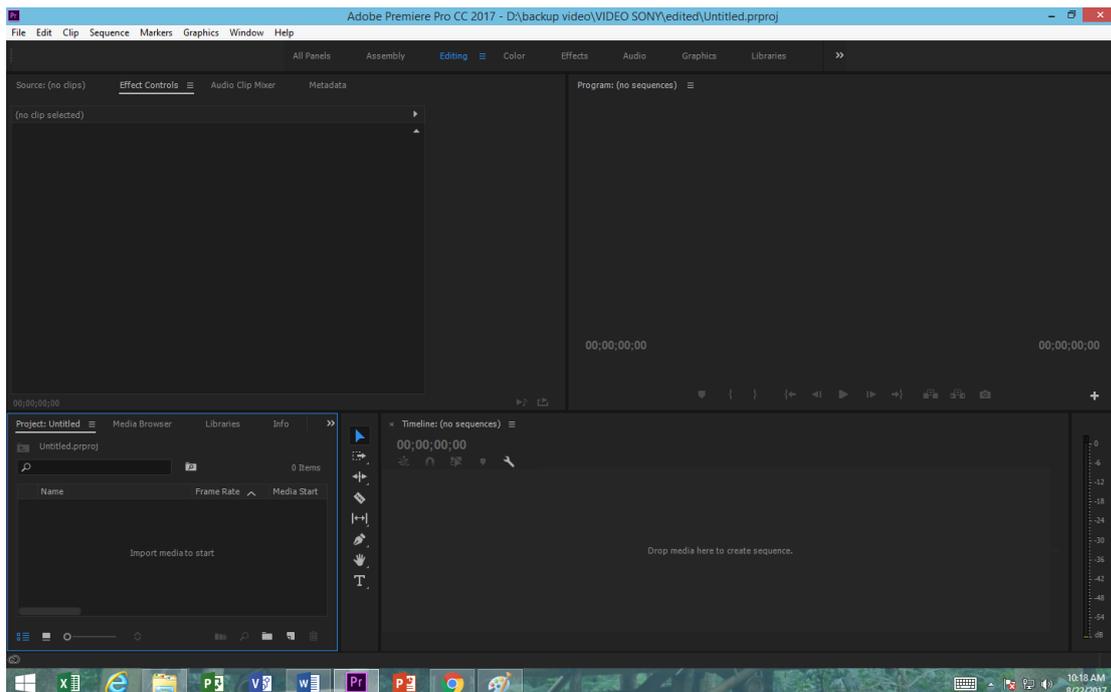
1. *Adobe Premiere CC 2017*



Gambar 1. Logo *Adobe Premiere CC 2017*

Aplikasi yang di gunakan dalam pembuatan video profile promosi dan informasi pada SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangearang menggunakan *Adobe Premiere CC 2017*.

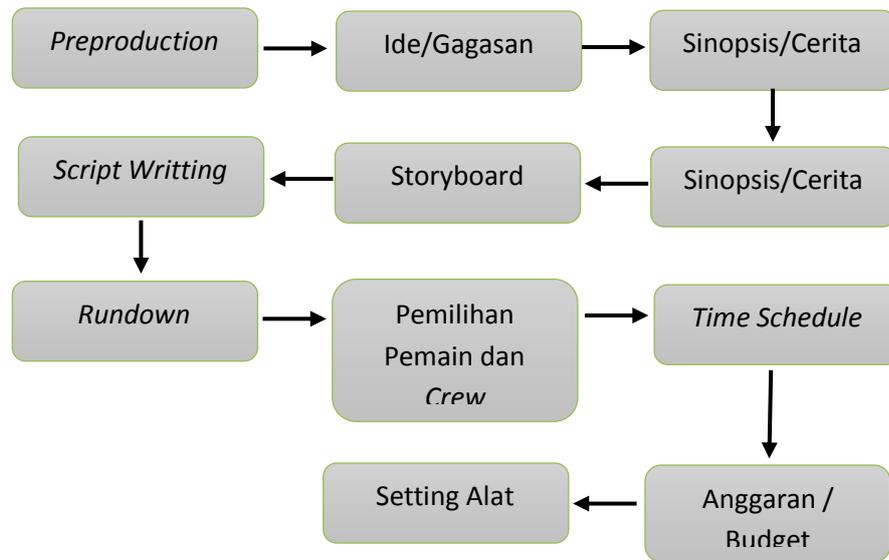
Adobe Premiere merupakan program pengolah *video*, pada umumnya para *editor* menggunakannya untuk menggabungkan beberapa *video* menjadi satu *video* yang utuh, beserta dengan *audio*, dan efek transisi agar *video* tersebut terlihat menarik.



Gambar 2. Jendela Kerja *Adobe Premiere CC 2017*

Konsep Produksi Media (KPM)

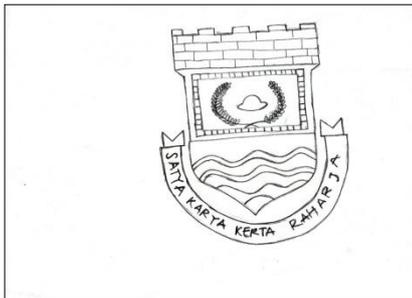
1. Pra-Produksi



Gambar 3. Pra-Produksi

a. Storyboard

Scene 1



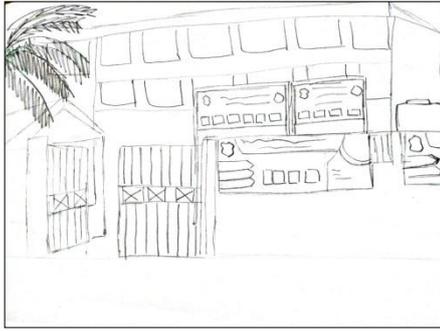
Gambar 4. Logo Kabupaten Tangerang

Scene 2



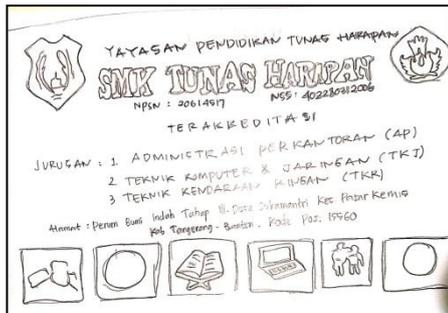
Gambar 5. Opening Logo SMK Tunas Harapan Pasar Kemis

Scene 3



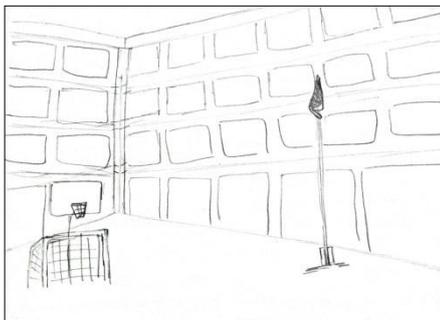
Gambar 6. EXT / Gerbang SMK Tunas Harapan / Frog Eye Angel

Scene 4



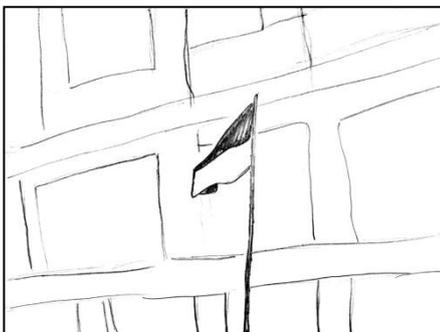
Gambar 7. Papan nama SMK Tunas Harapan / Eye View Angle

Scene 5



Gambar 8. EXT / Halaman Sekolah / Frog Eye Angel

Scene 6



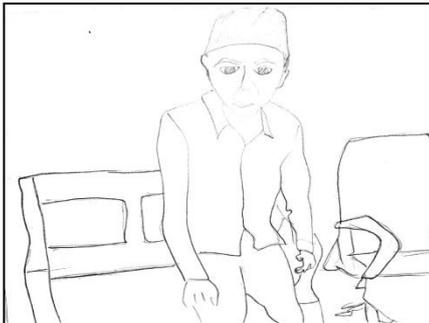
Gambar 9. EXT / Bendera Berkibar / Low Angle

Scene 7



Gambar 10. INT/ Suasana ruang kelas / Eye View Angle

Scene 8



Gambar 11. INT / wawancara kepala sekolah / Eye View Angle

Scene 9



Gambar 12. INT/ Lab Administrasi Perkantoran / Eye View Angle

Scene 10



Gambar 13. INT/ Lab Teknik Komputer dan Jaringan / Eye View Angle

Scene 11



Gambar 14. INT/ Lab Teknik Kendara Ringan /
Eye View Angle

Scene 12



Gambar 15. INT/ Ruang kelas / Eye View Angle

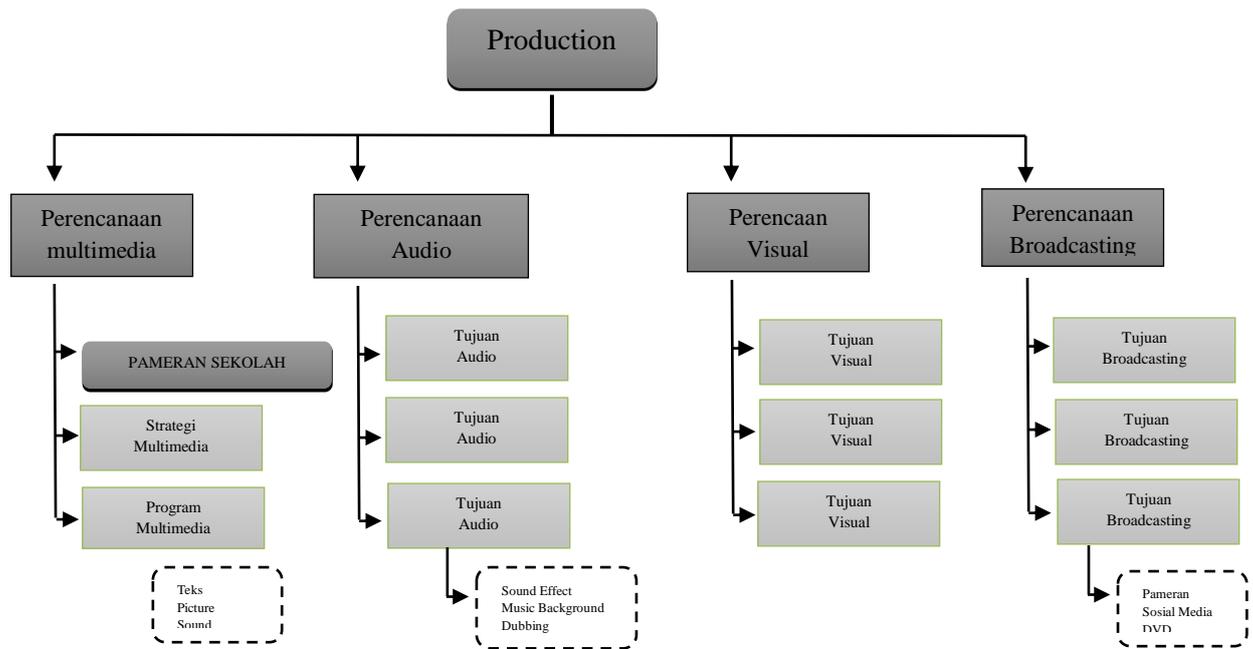
Scene 13



Gambar 16. INT/ siswa siswi pulang sekolah /
Eye View Angle

2. Produksi

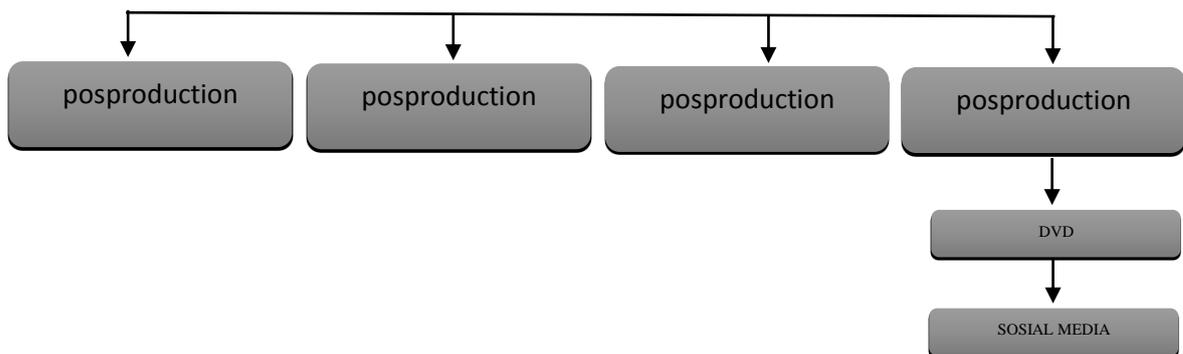
Production adalah proses pengambilan gambar pada saat mengerjakan proyek. Dalam proses produksi, kerjasama antara talent dan *crew* sangat dibutuhkan. Bahkan setiap *crew* dari masing-masing jobdesk harus menjalin kerjasama yang *solid*.



Gambar 17. Produksi

3. Post-Production

Postproduction merupakan tahapan *finishing* dari sebuah karya suatu *project* menjadi video yang telah perlihatkan ke masyarakat. yang telah didapat lalu proses *production* di *review* dan disortir dan proses *editing* oleh *editor*.



Gambar 18. Post-Production

LITERATUR REVIEW

1. Penelitian yang telah diselesaikan oleh Apriani Desy, (2018) “**Sarana Promosi dan Informasi Sebagai Video Profile SMK Yuppentek 2 Curug Kabupaten Tangerang**”. Proyek yang di buat berbentuk video yang dimana avideo tersebut untuk mempromosikan sekolah tersebut.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lusyani Sunarya, dkk (2016) “**Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual And Broadcasting As A Media Promotion**”. Banyaknya hotel

- membuat promosi besar besaran sehingga di bentuk video tentang hotel tersebut agar di kenal oleh masyarakat luas.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Wulandari, dkk (2018) **“Promosi dan Informasi Pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja”**. Dunia pendidikan sangat memerlukan media promosi diantaranya berbentuk video agar sekolah tersebut di kenal oleh masyarakat luas.
 4. Penelitian yang telah diselesaikan oleh Giandari Maulani dkk (2018) **“Video Promosi Untuk Program Acara Crazy Challenge MNC Channel-Indovision Dengan Adobe Premiere Pro”**. Stasiun TV juga banyak memerlukan promosi pada aast acara tersebut sehingga masyarakat yang menonton acara tersebut dapat di ketahui masyarakat.
 5. Penelitian yang telah diselesaikan oleh Dwi Evi Larasati, dkk (2015) **“Efektivitas Penggunaan Media Promosi Kesehatan Video Yoga Dalam Meningkatkan Motivasi Kesehatan Wanita Usia Subur Tentang Kesehatan Reproduksi”**. Yoga belum banyak di kenal masyarakat luas maka video promosi sangat cocok agar bias di kenal oleh masyarakat luas.

4. KESIMPULAN

Dari media promosi SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang maka target yang akan di capat bisa lebih meningkat lagi karena sangat penting media promosi di buat agar masyarakat lebih mengetahui dan mengenal SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang sehingga banyak yang mendaftar di sekolah SMK Tunas Harapan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

5. SARAN

Untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media promosi ini yaitu video profile, dibutuhkan data riset seperti survey guna mengetahui dalam hal apa yang dapat menjadi ketertarikan masyarakat menyangkut kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah ini, kemudian dari situ dapat mengembangkan promosi dan pemasarannya kembali, dan juga dapat mengupdate video profile-nya, atau juga memperbanyak konten video kegiatan yang diselenggarakan sekolah ini yang menarik masyarakat tadi, sehingga strategi pemasarannya tidak terpaku pada satu konten saja yaitu video profile ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Binilang, Nydia Nordica. James D.D Massie dan Imelda Ogi. 2017. **Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja karyawan Pada Hotel Boulevard Manado**. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado. Indonesian Jurnal on Networking and Security (IJNS). ISSN 2303-1174. Vol.2 No.5 : 1436.
- [2] Hidayat, Wahyu. Anita B. Wandanaya. Recha Fardiansyah. 2016. **Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMK Aviciena Rajeg Tangerang**. Tangerang: STMIK Raharja. CERITA Journal. ISSN: 2461-1417. Vol.2 No.1 : 50.
- [3] Pranata, dana. Hamdani. 2015. **RANCANG BANGUN WEBSITE JURNAL ILMIAH BIDANG KOMPUTER (STUDI KASUS : PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS MULAWARMAN)**. Jurnal Informatika Mulawarman Vol. 10 No. 2 September 2015. Program Studi Ilmu Komputer FMIPA Universitas Mulawarman.

- [4] Sunarya, Lusyani. Desi Wahyu Kartika Sari dan Pajrin Wurika Sahara. 2016. **Perancangan Media Iklan Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada Hotel Sitamiang 2 Bogor.** Tangerang: STMIK Raharja. ICIT Journal. ISSN: 2356-5195. Vol.2 No.1 : 17.
- [5] Suyatno, Dimas Sasongko. 2016. **Pembangunan Kamera Pemantau Ruang Teknisi SMKN 1 Karanganyar.** Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. ISSN: 2088-0154. Vol. 8 No. 3 : 12.
- [6] Tama, Adi Kusuma Widya. Herry Setiawan. Fadli Faturohman. 2017. **Perancangan Media Video Profile Pada SMK Bhakti Anindya Kota Tangerang .**Tangerang: Seminar Nasional Disiplin Ilmu.ISSN : 2598-4696 : 4-7.