

Video Profil Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang

Vici Tiara Anjarsari

Universitas Stikubank Semarang

Alamat: Semarang

Korespondensi penulis: vicitiara@email.com

Abstract. A profile video is an effective tool to introduce the identity, vision, mission, study programs, and advantages of an institution. Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang needs a profile video to support its branding and promotional strategies. This research aims to develop the video using the Villamil-Molina method with a descriptive qualitative approach. The design process involves idea development, pre-production, production, and post-production. The video was evaluated through alpha testing with experts and beta testing with the public. Alpha testing showed high feasibility, with 100% approval for information and 92% for media. Beta testing indicated over 99% approval for appearance, knowledge, and comprehension aspects. Results, the profile video is considered a feasible, informative, and engaging promotional tool. It is expected to attract prospective students, parents, stakeholders, and the public, strengthening the faculty's image.

Keywords: branding, profile video, promotion, Villamil-Molina.

Abstrak. Video profil merupakan alat efektif untuk memperkenalkan identitas, visi, misi, program studi, dan keunggulan suatu institusi. Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang membutuhkan video profil untuk mendukung strategi branding dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video tersebut dengan menggunakan metode Villamil-Molina dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Proses desain meliputi pengembangan ide, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Video dievaluasi melalui uji alpha dengan ahli dan uji beta dengan publik. Uji alpha menunjukkan kelayakan yang tinggi, dengan persetujuan 100% untuk aspek informasi dan 92% untuk aspek media. Uji beta menunjukkan persetujuan lebih dari 99% untuk aspek penampilan, pengetahuan, dan pemahaman. Berdasarkan hasil tersebut, video profil dianggap sebagai alat promosi yang layak, informatif, dan menarik. Video ini diharapkan dapat menarik calon mahasiswa, orang tua, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum, serta memperkuat citra fakultas.

Kata kunci: promosi, branding, video profil, Villamil-Molina.

LATAR BELAKANG

Keberadaan multimedia menjadi kebutuhan penting dalam pelbagai aspek kehidupan digital manusia. Guna menghadapi tantangan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi audien, Fakultas Vokasi Universitas perlu membuat media promosi yang adaptif. Salah satu cara efektif yang dapat digunakan untuk memperkenalkan institusi kepada khalayak luas adalah melalui media video profil.

Video Profil telah menjadi alat penting bagi lembaga dan institusi untuk mempromosikan diri mereka saat ini. Video-video ini berfungsi sebagai media dinamis untuk menyampaikan informasi, meningkatkan citra merek, dan melibatkan audiens secara

efektif. Parwono et al (2023), Video Profil semakin disukai karena sejalan dengan tren konsumsi informasi dalam format audio visual saat ini. Mereka efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan, meningkatkan citra merek, dan melayani tujuan promosi.

Namun saat ini, Fakultas Vokasi Unisbank Semarang belum memiliki video profil yang mampu menggambarkan identitas, keunggulan, dan visi misi fakultas vokasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Melalui video ini, fakultas vokasi unisbank semarang dapat memberikan pelbagai informasi tersebut. Oleh karena itu pembuatan video profil yang representatif menjadi prioritas untuk mendukung promosi dan branding fakultas vokasi universitas stikubank semarang.

Pembahasan penelitian ini akan difokuskan pada pembuatan video profil fakultas vokasi universitas stikubank semarang yang mencakup identitas institusi, program studi, fasilitas serta kegiatan perkuliahan. Selain itu, penelitian ini juga akan menjawab bagaimana konsep kreatif yang tepat untuk membuat video profil fakultas vokasi universitas stikubank semarang.



Gambar 1 Gedung Fakultas Vokasi

METODE PERANCANGAN

Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan karena memiliki sifat yang fleksibel dan mudah menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Informasi dikumpulkan dengan dokumentasi

serta wawancara dengan narasumber yang memiliki kredibilitas pada topik yang diangkat (J. Sarwono, 2006).

Pendekatan deskriptif memiliki tujuan untuk memperlihatkan keadaan yang ada kemudian dipaparkan secara rinci. Analisis data menggunakan teknik SWOT guna mengetahui kelebihan dan kekurangan dari objek yang diteliti serta memunculkan kelebihan atau potensi utama yang diunggulkan.



Gambar 2 Bagan pengembangan metode Villamil-Milina

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada tahapan dalam metode pengembangan multimedia Vilamil-Molina, yaitu:

1) **Development**, tahapan ini konsep multimedia yang akan dibuat mulai dibentuk berdasarkan ide yang telah dikumpulkan. Penelitian ini berupaya mewujudkan video yang representatif dan dapat memberikan pelbagai informasi penting.

a) Ide

Perancangan video profil ini bertujuan menghasilkan video profil Fakultas Vokasi dengan durasi 3 menit. Konsep ini dirancang agar dapat memberikan pengalaman visual yang menarik dan infomatif, sehingga audiens dapat memahami visi misi serta keunggulan Fakultas Vokasi dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami.

b) Tujuan

Perancangan ini bertujuan menghasilkan video profil yang dapat memberikan gambaran lengkap Fakultas Vokasi. Melalui video ini, informasi mengenai program studi, kegiatan akademik, fasilitas serta keunggulan Fakultas Vokasi dapat disampaikan kepada masyarakat umum.

c) Sasaran

Sasaran utama dari perancangan video ini adalah untuk menarik perhatian calon mahasiswa, orang tua, *stakeholder*, serta masyarakat umum. Video ini diharapkan dapat meningkatkan citra Fakultas Vokasi.

Tabel 1 Tahap Development

Judul	Video Profil Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang
Durasi	3 menit
Tujuan	Memperkenalkan institusi dan media promosi
Hasil	Video dengan format .Mp4
Lokasi	Fakultas Vokasi Unisbank Semarang
Sasaran	Calon mahasiswa, orang tua, <i>stakeholder</i> , masyarakat umum

2) **Preproduction**, tahap ini dilakukan dengan mengembangkan kontrol anggaran, menentukan talent yang terlibat, kru, fasilitas, perlengkapan, skrip hingga *storyboard*.

a) *Script* dan Narasi

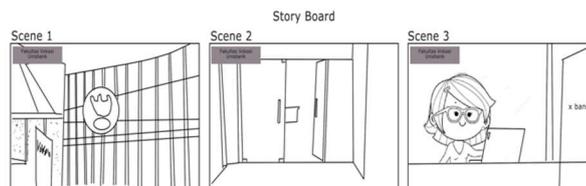
Bagian ini dilakukan setelah melakukan pengumpulan data di Fakultas Vokasi Unisbank Semarang.

Tabel 2 Script

SCENE 1	<i>Opening Shot : Eye Level, tilt-up, Landscape</i> Fakultas Vokasi, Gunung Wayang
SCENE 2	<i>Opening Shot : Eye Level, medium close up</i> dibelakang talent, lobi / ruang dosen / lab / kelas Fakultas Vokasi Narator Selamat datang di Fakultas Vokasi ...
SCENE 3	<i>Shot : close up, ibu Retno, speech</i>

b) *Storyboard*

Storyboard dibuat agar urutan pembuatan *footage* tetap pada konsep yang telah ditetapkan hingga saat editing tidak menyimpang.



Gambar 3 Storyboard

c) *Persiapan Software & Hardware*
Perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan dalam produksi video profile Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang adalah sebagai berikut.

Tabel 3 Software & Hardware

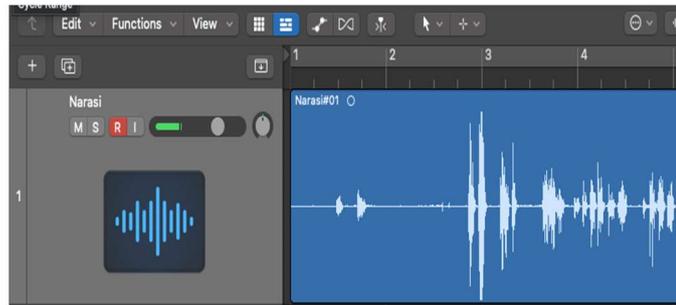
<i>Software</i>	Adobe Photoshop, Capcut, Logic Pro X
<i>Hardware</i>	Iphone 13, lighting, Audio Technica AT2020, macbook

- 3) *Production*, tahapan ini dilakukan setelah tahap pra produksi selesai dikerjakan. Hal-hal yang dilakukan pada tahap ini adalah sebagai berikut :
- a) *Shooting* video dengan mengumpulkan beberapa *footage* yang telah direncanakan sesuai konsep yang ada pada tahap development dan pre-production.



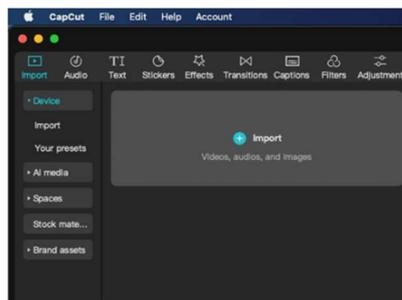
Gambar 4 Shooting footage lab

- b) Perekaman narasi dilakukan setelah draft video diberikan, sebagai panduan dalam merekam. Arrizqy (2020), memberikan gambaran bahwa perekaman suara menggunakan software logic pro x dapat dilakukan dengan mudah pada perangkat macbook pro. Software ini memiliki fitur yang cukup lengkap dan sering digunakan untuk produksi musik.



Gambar 5 Merekam narasi menggunakan Logic Pro X pada macbook

- c) Editing Video merupakan bagian menyatukan *footage*/klip video maupun foto yang didapat dari sesi pengambilan gambar maupun hasil dokumentasi. Beberapa elemen seperti audio dan teks juga ditambahkan agar video menjadi lebih hidup dan memenuhi unsur estetika. Pada tahap ini editing dilakukan menggunakan perangkat lunak Capcut. Sedangkan *asset* dibuat menggunakan Adobe Photoshop.



Gambar 6 Aplikasi Capcut untuk editing video

- d) *Rendering* dilakukan guna mengubah *sequence* menjadi satu video yang utuh sesuai dengan editing yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini rendering menggunakan macbook pro 2022 dengan prosesor M1, sehingga proses rendering lebih cepat.
- e) Evaluasi Video, tahap ini dilakukan bersama dengan dekan bersama tim produksi apakah video sudah sesuai dengan konsep.
- 4) *Post Production*, tahap ini dilakukan pengujian terhadap video profil fakultas vokasi universitas stikubank semarang. Proses tersebut meliputi aspek kualitas visual dan suara serta tingkat pemahaman dalam aspek materi. Pengujian dilaksanakan dalam dua tahap yaitu pengujian alpha dan beta.

Dalam pengujian alpha dilakukan kepada 2 ahli informasi dan ahli multimedia. Pada pengujian tersebut tiap ahli terdiri atas 3 orang. Ahli informasi dipilih berdasarkan dari

pihak internal fakultas vokasi universitas stikubank yang memahami segala informasi yang ada di fakultas vokasi. Sedangkan ahli media dipilih berdasarkan dari orang yang memahami unsur-unsur media yang terdapat dalam video profil ini.

Aspek-aspek yang terdapat dalam kuesioner untuk para ahli informasi yakni latar belakang, kompetensi keahlian, keunggulan, kegiatan, fasilitas. Sedangkan aspek ahli media berupa warna, teks, gambar, animasi, suara, video. Kuesioner yang telah diisi tersebut setiap jawabannya dianalisis. Tiap instrumen yang terdapat pada kuesioner terdiri atas 2 jawaban yaitu jawaban ya dan tidak. Dengan skala perhitungan jawaban ya = 1; tidak = 0. Kemudian jawaban kan dihitung dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

P = Persentase

f = frekuensi jawaban

n = Banyaknya responden

Tahap berikutnya setelah instrumen dianalisis adalah menghitung default the average dengan rumus :

$$X = \frac{(P1 + P2 + P..)}{\text{Jumlah pertanyaan}}$$

X = Persentase aspek

P1 = Persentase pertanyaan 1

P2 = Persentase pertanyaan 2

P.. = Persentase pertanyaan berikutnya

Setelah didapatkan hasil perhitungan tiap aspek, selanjutnya dilakukan interpretasi menggunakan kategori berdasarkan kriteria presentase angket. Kriteria tersebut disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4 Kriteria Persentase Angket

Persentasi Jawaban	Kriteria
P = 0	Tak seorang pun
0 < P < 25	Sebagian kecil
25 ≤ P < 50	Hampir setengahnya
P = 50	Setengahnya
50 < P < 75	Sebagian besar
75 ≤ P < 100	Hampir seluruhnya
P = 100	Seluruhnya

Setelah pengujian alpha dilakukan, dilanjutkan pengujian beta yang dilakukan kepada 30 responden yang terdiri dari masyarakat umum. Hal ini dilakukan agar video profil layak atau tidak untuk digunakan sebagai media promosi fakultas vokasi universitas stikubank semarang. Pengambilan data pada tahap ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental yang terdiri atas 30 responden meliputi 5 orang kategori umur 17-25 tahun, 20 orang kategori 25-30 tahun, 5 orang kategori umur 30-45 tahun. Aspek yang terdapat pada kuesioner pengujian beta ini terdiri atas aspek unsur tampilan, pengetahuan, pemahaman, yang nantinya dilakukan analisis mengenai kelayakan video profil berdasarkan aspek tersebut.

- 5) *Delivery*, tahap ini dilakukan proses pengunggahan video profil berupa video berformat Mp4 dengan durasi waktu 3 menit pada kanal dan sosial media Fakultas Vokasi Universitas Stikubank semarang.



Gambar 7 Video Profil pada beranda Youtube Fakultas Vokasi

HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

1) Pengujian Alpha

Hasil uji alpha merupakan hasil pengujian awal terhadap video profil yang telah dibuat untuk para ahli dibidang infrmasi dan media. Melalui uji ini dapat diketahui kekurangan yang terdapat pada video profil, serta saran yang diberikan oleh ahli harus digunakan untuk perbaikan selanjutnya.

Pengujian alpha didapatkan bahwa keseluruhan aspel setiap ahli yaitu 100% pada ahli informasi serta 92% pada ahli media. Berdasarkan kriteria persentase angket, bahwa seluruh responden ahli informasi dan hampir seluruh ahli media menyetujui pembuatan video profil fakultas vokasi universitas stikubank.

2) Pengujian Beta

Tahap ini dilakukan setelah pengujian alfa telah mendapatkan hasil. Pengujian ini dilakukan guna mengambil keputusan mengenai layak tidaknya sebuah media dilihat oleh masyarakat. Berdasarkan 30 responden dengan hasil persentase rata-rata pada unsur tampilan didapatkan hasil 100%, pengetahuan 99%, serta pemahaman 100%.

3) Analisis Kelayakan Produk

Dalam proses pengembangan sebuah produk, analisis kelayakan menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa produk mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, terdapat tiga aspek yang menjadi fokus yaitu tampilan, pengetahuan, dan pemahaman.

a) Tampilan

Berdasar pada hasil persentase rata-rata yang didapatkan, 5 pertanyaan nomor 2-6, 30 responden didapatkan persentasi 100%. Ini menunjukkan bahwa seluruh responden menyetujui bahwa video profil fakultas vokasi universitas stikubank sudah layak, terlihat jelas dan menarik. Hal tersebut diwujudkan dengan gambar, video, warna, copy, narasi terdengar jelas.

b) Pengetahuan

Berdasarkan hasil persentase rata-rata yang didapatkan pada aspek pengetahuan yang terdiri dari 6 pertanyaan yakni nomor 7-12, 30 responden didapatkan persentase 99%. Hal tersebut dapat dimaknai hampir seluruh responden menyetujui bahwa telah mengetahui informasi-informasi yang terdapat pada video profil fakultas vokasi universitas stikubank semarang.

c) Pemahaman

Berdasarkan hasil persentase rata-rata yang didapatkan pada asepek pemahaman yang terdiri dari 3 pertanyaann yakni nomor 13-15, 30 responden didapatkan persentase 100%. Hal tersebut dapat dimaknai seluruh responden menyetujui bahwa telah memahami keseluruhan informasi dalam video mengenai visi misi serta keunggulan Fakultas Vokasi universitas stikubank semarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan video profil Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang merupakan langkah strategis untuk mendukung promosi dan branding institusi. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode Villamil-Molina, proses perancangan ini telah berhasil mencakup tahap pengembangan, produksi, dan evaluasi secara terstruktur.

Hasil pengujian alpha menunjukkan bahwa aspek informasi dan media memenuhi kriteria kelayakan, dengan persentase persetujuan dari para ahli mencapai hampir seluruhnya. Pengujian beta dengan responden masyarakat umum juga menunjukkan bahwa video profil ini telah berhasil menyampaikan informasi dengan tampilan visual yang menarik, peningkatan pengetahuan, serta pemahaman yang baik terhadap visi, misi, dan keunggulan Fakultas Vokasi.

Berdasarkan hasil analisis, video profil ini dinyatakan layak sebagai media promosi. Dengan demikian, video ini diharapkan dapat menjadi sarana efektif untuk menarik perhatian calon mahasiswa, orang tua, dan para pemangku kepentingan, serta meningkatkan citra Fakultas Vokasi Universitas Stikubank Semarang di mata masyarakat luas.

DAFTAR REFERENSI

- Anjarsari, V. T., Rahmawati, A., & Luluk, W. (2021). *Strategi Promosi Melalui Media Sosial Untuk Produk Umkm Di Kecamatan Gajah Mungkur SEMARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita*, 1(2), 65-70.
- Arrizqi, M. F. (2022). *Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi Branding Di Sakta Creative Warung Asem Batang. Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 131-142.
- Arrizqi, M. F. (2019). *Lageb Mubattin. SELONDING*, 15(2), 90-97.
- Parwono, T., Dewi, S., & S. (2023). *Company profile video design As a starting business introduction media. ENCRYPTION: Journal of Information And Technology*. <https://doi.org/10.58738/encryption.v1i1.361>.
- Putri, A., Siregar, D., & Khairani, M. (2023). *Pembuatan Video Company Profile Fakultas Teknik Dan Komputer Universitas Harapan Medan Menggunakan Metode Chroma Key. Journal of Information and Technology*. <https://doi.org/10.32938/jitu.v3i1.3984>.

- Yessica Brigitta, (2016) “*Perancangan Video Company Profile Lembah Kamuning Dairy Farm, Desa Cigugur, Kuningan dengan Teknik Motion Graphic*“.
Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
- Villamil, J. Molina. L. 1997. *Multimedia: Production, Planning, and delivery, Que Education & Training*. United States: Prentice Hall.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- T. Aprilya, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagran Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda*." eJournal Ilmu Komunikasi," ed: Volume, 2017