

## Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren

Wahyu Miftakhul Huda<sup>1\*</sup>, Murhadi<sup>1</sup>, Wahyu Tjahjo Saputro<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Teknologi Informasi, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 54111, Indonesia  
wahyumiftakhulhuda23@gmail.com, murhadi@umpwr.ac.id, wahjusaputro@umpwr.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengembangan video profil. Dimana lokasi penelitian ini bergerak pada bidang pendidikan memiliki beberapa upaya untuk promosi yang telah diterapkan oleh pihak lembaga, antara lain pembuatan brosur, spanduk, dan pamflet. Namun dari beberapa upaya yang sudah dibuat masih terbilang kurang efektif. Hal ini disebabkan karena upaya promosi yang sudah dijalankan kurang memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses oleh masyarakat.

Permasalahan pada penelitian ini diselesaikan menggunakan aplikasi Audacity untuk mengkoreksi suara, Adobe Lightroom Desktop untuk editing foto, aplikasi Shotcut untuk editing video dan sistem operasi Windows 7 Ultimate. Perangkat hardware menggunakan tripod, kamera DSLR, handycamp dan laptop. Data primer berupa data promosi pondok pesantren di SMP Muhammadiyah Desa Jono Kecamatan Grabag Kabuapten Purworejo.

Hasil penelitian ini diukur menggunakan tiga aspek yaitu, ketertarikan masyarakat, visualisasi content video profil, dan kebermanfaatan video profil sebagai media promosi. Penilaian aspek ketertarikan masyarakat diperoleh prosentase 78% dari 35 responden. Aspek visualisasi video profil prosentase 76% dari 35 responden. Aspek kebermanfaatan video profil prosentase 91% dari 14 responden yang merupakan stakeholder lembaga.

**Kata kunci:** Video profil, pesantren, promosi

### Abstract

*This study focuses on the development of profile videos. Where the research location of the education field had several attempts at promotion that had been applied by the society, including the creation of brochures, banners, and pamphlets. But some of the efforts made are still less effective. This is because promotion efforts already undertaken have a broader range and are easily accessible to the public.*

*The issues of this study are solved using a voice-corrections application, adobe lightroom desktop for photo editing, shotcut software for video editing, and Windows 7 ultimate operating system. Hardware with a tripod, a DSLR camera, a handy camp, and a laptop. Primary data: the boarding house promotion at the Muhammadiyah junior high school village of Jono neighborhood graft district Purworejo.*

*The results of the study were measured in terms of three aspects: social attraction, visualization of profile video content, and profiling media benefits. Public interest aspect assessments were achieved 78% of the 35 respondents. The visualizing aspect of the video profile of 76% of the 35 respondents.*

*The visualizing aspect of the video profile of 76% of the 35 respondents. Of the 14 percent more than the average.*

**Keywords:** profile video, boarding school, promotion

### 1. PENDAHULUAN

Sebuah lembaga pendidikan dapat dikenal oleh masyarakat luas tentunya memiliki beberapa

proses yang terkait. Proses untuk menjangkau masyarakat yang luas, sebuah lembaga pendidikan membutuhkan media promosi yang menarik. Media promosi adalah salah satu unsur dalam

suatu pemasaran yang berfungsi untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk yang dipasarkan (Tjipto R., 2019), (Martono et al., 2018). Suatu lembaga pendidikan dalam mempromosikan program-programnya juga membutuhkan media promosi. Media promosi yang kini banyak diterapkan di lembaga pendidikan antara lain: brosur, pamflet, leaflet, baliho, dan juga video profil, namun salah satu media promosi yang efektif untuk suatu lembaga adalah video profil (Sari & Asmendri, 2018), (Rimayanti et al., 2019), (Sari & Asmendri, 2018).

Menyaksikan video secara online sudah menjadi kebiasaan pengguna internet Indonesia beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan survei (Kemp, 2021) pada bulan Januari 2021, sebanyak 98.5% dari 274.9 juta pengguna internet Indonesia memanfaatkan internet untuk mengakses video online. Waktu yang dihabiskan orang untuk menonton video online hampir menyamai waktu menonton televisi. Rata-rata waktu menonton video online di Indonesia adalah 7,7 jam seminggu sedangkan rata-rata waktu menonton televisi adalah 7,8 jam. Hal tersebut membuat para pemilik bisnis mulai menginvestasikan dana lebih banyak di iklan video online atau biasa juga disebut sebagai video marketing.

Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono merupakan suatu lembaga pendidikan yang memiliki gabungan antara sekolah formal kedinasan dan kepondokan, atau sering disebut dengan Boarding School, sehingga banyak program kegiatan yang dapat diperkenalkan ke khalayak umum untuk menarik minat dan perhatian ketika Penerimaan Santri Baru (PSB). Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono terletak di Desa Jono, RT 01, RW 01, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo dan termasuk dalam kawasan pedesaan yang jauh dari pusat kota. Lembaga pendidikan tersebut termasuk dalam lembaga yang tengah berkembang, dikarenakan program Boarding School yang baru berjalan selama tiga tahun, dimulai dari tahun ajaran 2019/2020 hingga sekarang ini.

Beberapa upaya untuk promosi yang telah diterapkan oleh Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono antara lain pembuatan brosur, spanduk, dan pamflet. Upaya tersebut telah mampu membuat ketertarikan kepada calon peserta didik yang hendak mendaftar, terbukti dengan peningkatan jumlah peserta didik yang bertambah pada setiap tahun ajaran baru.

Namun dari beberapa upaya yang sudah dibuat masih terbilang kurang efektif, hal ini disebabkan karena upaya promosi yang sudah dijalankan kurang memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses oleh masyarakat. Jangkauan yang lebih luas disini diartikan mampu menjangkau masyarakat yang berada diluar daerah dan masyarakat mampu dengan mudah melihat promosi dari Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono.

Permasalahan tersebut membuat peneliti mengerti solusi yang dibutuhkan oleh Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono. Solusi yang hendak peneliti berikan yaitu membuat suatu pengembangan video profil yang dapat memaparkan secara jelas dan rinci tentang kegiatan-kegiatan dan program yang telah diterapkan di lembaga tersebut yang divisualisasikan dengan media video profil yang sesuai dengan kebutuhan promosi di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono. Kemudahan masyarakat untuk mengakses video profil yang nantinya akan dikembangkan juga mudah, yaitu dengan cara mengunjungi beberapa sosial media yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono.

Menurut (Adi, 2021) dan (Akbar & Munandar, 2019) video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara digital. Sebuah video dapat menampilkan sinkronisasi antara gambar, suara, dan teks sehingga dapat menjadi daya tarik dari pihak penonton. Penyajian sebuah video tidak terlepas dari proses pra produksi, seperti pengambilan gambar, naskah narasi, perancangan skenario dan proses editing, menyesuaikan keperluan yang diinginkan dari latar belakang dibuatnya sebuah video. Dalam penulisan gunakan gaya langsung dan singkat (Rifai et al., 2018).

Profil adalah pandangan sisi, garis besar, atau biografi dari diri seseorang atau kelompok yang memiliki usia yang sama yang disajikan berupa grafik, diagram, atau tulisan yang menjelaskan suatu keadaan yang mengacu pada data seseorang atau suatu objek (Arif Lahmudin Ali, 2016). Dari pengertian menurut ahli diatas dapat dipahami bahwa profil adalah gambaran mengenai data suatu objek dilihat dari satu atau beberapa pandangan tertentu. Dalam penelitian

ini yang di maksud dengan profil adalah gambaran mengenai keadaan yang sedang diterapkan di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono.

Menurut (Saputra, 2020) dan (Sihombing, 2001) video profil adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di media audio dalam bentuk visual lainnya, dimana digunakan untuk isi dari profil suatu instansi, daerah bahkan objek wisata (Susilowati, 2017:29). Kegunaan Video Profil biasa digunakan untuk mempromosikan daerah, produk, serta mempromosikan suatu perusahaan tertentu. Video profil atau istilah lainnya *company profile* merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan media promosi (Aan et al., 2017).

Media promosi (Bahari, 2022) merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan yang di kemas dalam suatu tampilan tertentu untuk memunculkan daya tarik. Kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan memuat informasi yang akan disampaikan dalam wadah yang disebut dengan media. Pertimbangan tersebut yang menjadi dorongan pihak Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono agar lebih bisa memaksimalkan promosi yang berkualitas, menarik, dan informatif.

Editing (Arif Lahmudin Ali, 2016) pada prinsipnya merupakan penyuntingan hasil gambar dan suara yang telah diambil pada proses produksi yang menuntut kedisiplinan, kesabaran, memiliki cita rasa seni dan kemampuan teknis mengoperasikan peralatan editing. Dengan didasari pemahaman bahwa, gambar bergerak akan mempengaruhi psikologis manusia, maka gerak gambar perlu ditata sehingga memiliki daya pikat yang luar biasa. Teknologi mengedit gambar dan suara telah berkembang dengan sangat pesat (Audacity, 2022). Editing video adalah pekerjaan memotong motong dan merangkaikan (menyambung) potongan-potongan gambar sehingga menjadi video berita yang utuh dan informasi dapat dimengerti oleh pemirsa. Pekerjaan ini dilakukan di ruang editing dan dilakukan oleh editor gambar atau penyunting gambar. Gambar dan suara yang direkam dengan bantuan kamera dengan durasi panjang harus dipotong-potong dan disusun kembali hingga menjadi beberapa menit saja untuk dapat disiarkan menjadi berita singkat.

Skenario adalah sebuah naskah cerita yang menguraikan urutan-urutan adegan, tempat keadaan dan dialog yang disusun dalam konteks struktur dramatik (Arif Lahmudin Ali, 2016). Seorang penulis skenario dituntut untuk mampu menerjemahkan setiap kalimat dalam naskahnya menjadi sebuah gambaran imajinasi visual. Skenario juga memiliki fungsi sebagai pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal dari suatu file, animasi, atau urutan media interaktif, termasuk interaktivitas pada website.

*Sequence* merupakan serangkaian scene atau beberapa adegan dalam potongan video, yang merupakan bagian dari suatu kesatuan utuh (Audacity, 2022), (Murhadi, 2018). Sebuah *sequence* dalam satu video terdiri dari beberapa fase, antara lain: fase pendahuluan, fase tengah dan fase akhir yang kemudian dilanjutkan oleh *sequence* lain dengan struktur yang sama. Satu *sequence* bisa dimulai sebagai adegan eksterior dalam proses pengambilan gambar dan dilanjutkan adegan interior dalam proses penyuntingan, serta bisa diawali dengan transisi *fade*, *dissolve*, *cut*, atau transisi yang lainnya (Arif Lahmudin Ali, 2016).

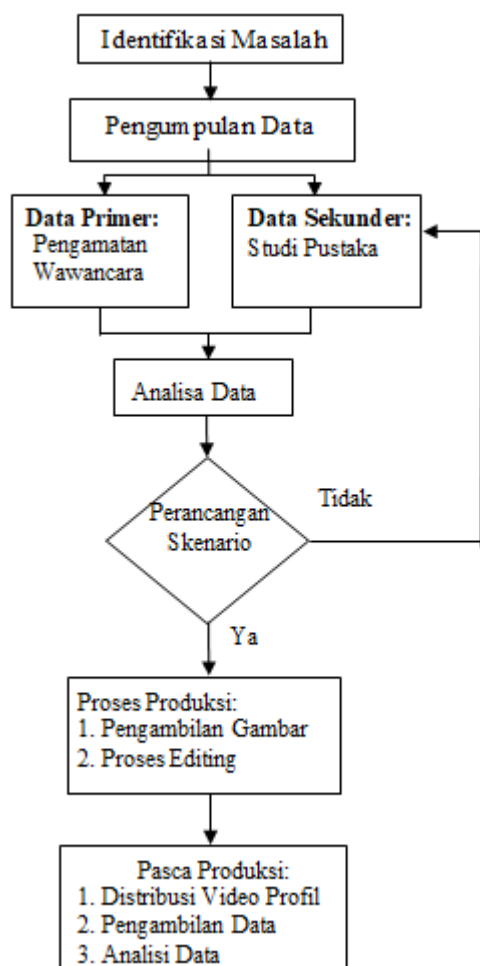
Menurut (Sihombing, 2001), (Arif Lahmudin Ali, 2016) dan (Audacity, 2022) scene adalah beberapa shot yang telah di gabungkan dengan beberapa elemen dan disesuaikan dengan setting, konsep, peran dan pemerannya. Sequence merupakan sekumpulan scene yang disusun rapi secara berkesinambungan atau disebut continuity sehingga menghasilkan sebuah cerita yang runtut.

Pengembangan video profil di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono juga memiliki beberapa scene yang dipisahkan oleh beberapa macam transisi untuk membedakan masing-masing adegan yang dicantumkan pada video profil.

Video profil di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono adalah media perantara yang dimanfaatkan sebagai alternatif pendukung promosi Penerimaan Santri Baru. Dengan media promosi berbasis video pada umumnya harus menggunakan format video yang sesuai agar dapat didistribusikan di berbagai sosial media yang menjadi target. Pada penelitian ini format video yang digunakan MP4. Format MP4 lebih ramah dan kompatibel pada banyak perangkat teknologi yang ada saat ini.

## 2. METODE

Identifikasi masalah yaitu merangkum masalah yang ada dalam objek penelitian menjadi lebih ringkas, sederhana, dan lebih rinci (Rimayanti et al., 2019). Identifikasi masalah akan merangkum semua permasalahan menjadi lebih sederhana yang akan disampaikan secara garis besar. Uraian tersebut merupakan gambaran dari permasalahan yang ada. Identifikasi masalah yang telah diketahui, peneliti mencoba membuat sebuah video profil yang dapat menggambarkan secara rinci dan menarik tentang kegiatan dan program yang ada pada Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono.



Gambar 1. Tahap penelitian

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pengamatan. Pengamatan dalam istilah sederhana adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian (Sari & Asmendri, 2018). Teknik ini sangat relevan digunakan dalam penelitian yang meliputi pengamatan kondisi, tingkah laku anak

dan interaksi pelaku, serta dapat dilakukan secara bebas. Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengamatan adalah suatu cara pengumpulan data untuk memperoleh informasi dengan mengamati subjek penelitian yang sistematis untuk mencegah bias dari tujuan penelitian.

Wawancara dilakukan dengan narasumber Erlinda Widiastanti, S.Pd. selaku Kepala Sekolah SMP Muhammadiyah Jono, Chaedar Erick Harisnamudha, S.Pd. selaku ketua PSB (Penerimaan Santri Baru). Sesi wawancara tersebut dilakukan pada saat hari dan jam kerja yang berlaku. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono membutuhkan media promosi yang dapat menggambarkan secara rinci dan menarik tentang Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono. Media promosi yang sudah dilakukan sebelumnya juga masih dalam bentuk yang ringkas dan belum memuat banyak informasi, seperti halnya brosur, pamflet, dan spanduk, yang tentunya juga belum bisa menjangkau khalayak yang lebih luas dan memberikan informasi yang detail.

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber dari penelitian sebelumnya baik dari jurnal penelitian, jurnal skripsi serta dari sumber buku maupun e-book, website resmi, artikel dan karya ilmiah lainnya. Studi pustaka (Sari & Asmendri, 2018) sebagai landasan teori yang memperkuat dalam pertanggungjawaban atas data dalam skripsi ini. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka ke perpustakaan dan koleksi buku, bahan tertulis dan referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis pendekatan penelitian berupa Library Research. Studi literatur adalah studi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai bahan di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, cerita sejarah dan lainnya.

Analisis data pada metode ini dilakukan dengan cara meninjau jawaban responden terhadap angket penilaian yang telah dibagikan dan bertujuan untuk mengetahui seberapa bermanfaatnya video profil yang sudah dinuat oleh peneliti dalam memecahkan masalah yang ada pada Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono, yaitu terkait dengan

memperluas jangkauan media promosi. Menurut (Sari & Asmendri, 2018) analisis kriteria produk ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Persentase Kriteria Produk

Interval Nilai	Kriteria
$80\% < P \leq 100\%$	Sangat Memenuhi
$60\% < P \leq 80\%$	Memenuhi
$40\% < P \leq 60\%$	Cukup Memenuhi
$20\% < P \leq 40\%$	Kurang Memenuhi
$P \leq 20\%$	Tidak Memenuhi

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan video profil pada Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono memiliki hasil sebagai berikut.

#### Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar pada pengembangan ini video profil ini terdiri dari tujuh scene berikut.

##### a. Scene 1

Pada tahap ini proses pengambilan scene berlangsung dengan memfokuskan pada lokasi serta keadaan sekitar Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono yang berada di pedesaan dan dekat dengan masyarakat dan juga gabungan dari beberapa scene tentang aktivitas santri yang sedang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono.

##### b. Scene 2

Proses pada tahap ini merupakan scene yang menampilkan tentang pengenalan Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono, yang mencakup sejarah berdirinya, program-program unggulan, visi misi, dan pengenalan lainnya.

##### c. Scene 3

Pengambilan scene pada tahap ini merupakan sesi yang menampilkan tentang kegiatan-kegiatan santri, sekaligus memperkenalkan proram kegiatan apa saja yang ada, dari mulai harian, bulanan, hingga tahunan. Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono adalah lembaga pendidikan yang berbasis pondok pesantren, maka dalam pengembangan video profil ini akan dicantumkan scene kegiatan yang ada di sekolah dan pondok pesantren.

##### d. Scene 4

Pada tahap ini ditampilkan fasilitas dan sarana prasarana yang ada di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono seperti halnya laboratorium komputer, laboratorium IPA, mushola, lapangan olahraga, ketersediaan jaringan internet, dan fasilitas lainnya.

##### e. Scene 5

Pengambilan scene pada tahap ini akan melibatkan santri, dikarenakan pada tahap ini akan berisi tentang testimoni dari santri tentang dunia sekolah sambil mengaji di pondok pesantren, serta ajakan untuk menjadi seorang santri. Dalam scene ini juga akan ditampilkan gabungan dari beberapa foto dokumentasi beberapa santri yang berprestasi.

##### f. Scene 6

Pada tahap ini akan ditampilkan sambutan dari direktur Pondok Pesantren Darul Arqom dan Kepala Sekolah SMP Muhammadiyah Jono yang berisi tentang Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dibidang pendidikan yang memadukan kualitas akademik dan religiusitas.

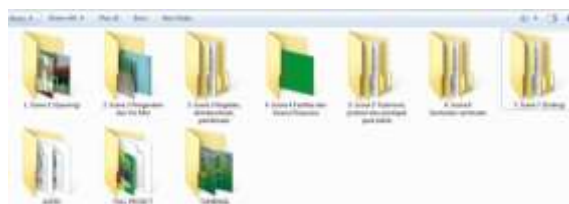
##### g. Scene 7

Tahap ini merupakan bagian yang akan digunakan sebagai bagian penutup, sehingga dalam tahap ini hanya akan ditampilkan video footage dengan menampilkan suasana lingkungan Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono sebagai fase closing video.

#### Proses Editing

##### a. Menyusun (*arrange*)

Mengorganisir atau menyusun ulang gambar bergerak sesuai dengan ide cerita atau konsep yang ingin disampaikan. Susunan ini disesuaikan dengan konsep awal dalam skenario. Editing menjadi penentu akhir dengan catatan ceritanya tidak berubah agar tujuan yang diinginkan bisa tercapai. Gambar 2 menunjukkan urutan atau susunan scene dalam pengembangan video profil.



Gambar 2. Urutan Scene Pengembangan Video Profil

**b. Memotong (*trimming*)**

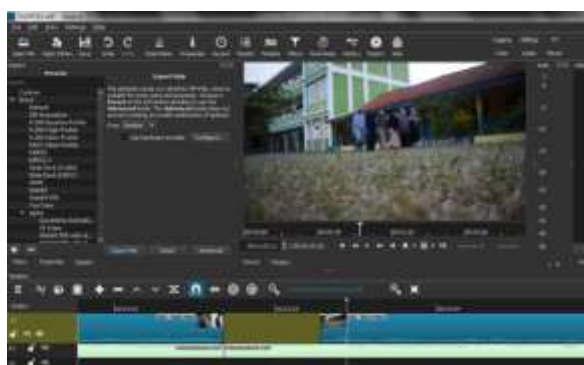
Istilah memotong berarti menghilangkan bagian sisa yang tak terpakai dan membuang bagian yang tidak diperlukan. Memotong disini adalah memendekkan sesuai dengan penempatan waktu sebuah cerita sesuai materi informasi yang dibutuhkan. Gambar 3 menunjukkan menu proses *trimming scene* yang sedang dilakukan menghilangkan beberapa bagian.



Gambar 3. Proses *Trimming Scene*

**c. Menggabungkan (*combine*)**

Menggabungkan beberapa scene agar menjadi suatu informasi yang utuh dalam suatu pengembangan video profil tidak terlepas dari teknik penggabungan. Proses penyusunan masih membentuk draf kasar di atas kertas maka proses menggabungkan adalah membentuk sequence menjadi cerita yang utuh. Menggabungkan juga dapat diterjemahkan menyatukan beberapa scene yang telah di Trim menjadi cerita satu kesatuan yang utuh. Gambar 4 menunjukkan proses penggabungan beberapa scene menjadi satu kesatuan dalam bentuk draft.



Gambar 4. Proses *Combine Antar Scene*

**d. Membetulkan (*correction*)**

Membetulkan dalam editing video dapat berarti mengganti, menambah, dan mengurangi scene yang sejak awal telah disusun menjadi satu cerita yang utuh, karena suatu hal dan atas

penilaian serta pertimbangan maka proses pembentukan mutlak dijalani. Untuk menghindari proses membetulkan yang berlebihan sebagai editor buatlah hasil editing setelah preview dan memiliki kebutuhan pembetulan maka proses membetulkan ini perlu dilakukan sebelum menjadikan satu kesatuan video profil yang utuh. Gambar 5 dan Gambar 6 menunjukkan proses pembetulan terhadap scene draft gabungan sebelum menjadi video utuh.



Gambar 5. Proses *Combine dengan Transisi Dissolve*



Gambar 6. Proses *Correction Video Profil*

**Distribusi Video Profil**

Video profil Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono yang telah selesai dibuat berdasarkan kebutuhan yang ada, perlu didistribusikan ke berbagai sosial media lembaga untuk memaksimalkan peran produk sebagai pendukung promosi Penerimaan Santri Baru (PSB). Sosial media lembaga yang menjadi tempat pendistribusian video profil sebagai berikut.

**a. Facebook**

Facebook (Adi, 2021) adalah salah satu tempat pendistribusian video profil dengan pertimbangan bahwa facebook adalah salah satu sosial media dengan pengguna terbanyak di dunia. Sosial media ini dipilih dengan harapan banyak pengguna facebook yang dapat mengakses video profil Pondok Pesantren Darul Arqom SMP

Muhammadiyah Jono. Content analytic pada Facebook ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Content Analytic Facebook

**b. Instagram**

Instagram memiliki banyak keunggulan untuk menempatkan produk video profil sebagai media promosi, salah satunya dikarenakan followers Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono tersebut yang tergolong banyak, serta memiliki fitur terbaru yang mendukung, yaitu fitur reel. Pendistribusian video profil di Instagram ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Pendistribusian Video Profil pada Instagram

**c. Youtube**

Youtube merupakan salah satu platform sosial media yang identik dengan penyajian konten dalam bentuk video. Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono memiliki subscriber yang tergolong banyak, dan banyak dikenal oleh masyarakat Purworejo, sehingga pertimbangan tersebut menjadi pertimbangan pihak pimpinan lembaga untuk menempatkan produk video profil. Hasil pendistribusian pada Youtube ditunjukkan pada Gambar 9.



Gambar 9. Pendistribusian Video profil Pada Youtube

**d. Website**

Website merupakan platform yang digunakan untuk calon santri baru melakukan pendaftaran secara online, sehingga website Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono dipilih untuk pendistribusian video profil dengan harapan banyak calon santri baru yang juga mengakses video profil tersebut dan menarik perhatian para calon santri baru. Profil dari pondok pesantren ditunjukkan pada Gambar 10.

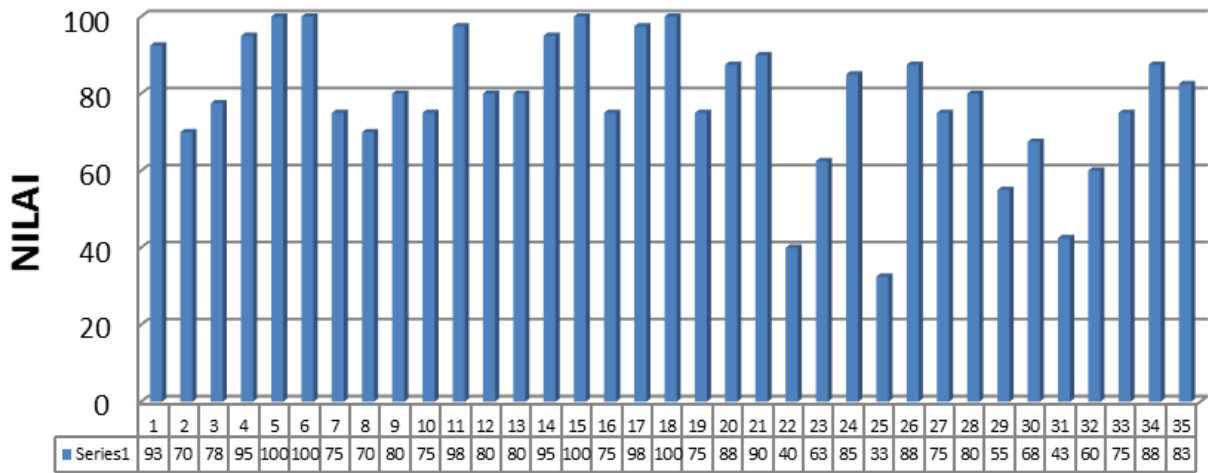


Gambar 10. Pendistribusian Video Profil pada Halaman Website

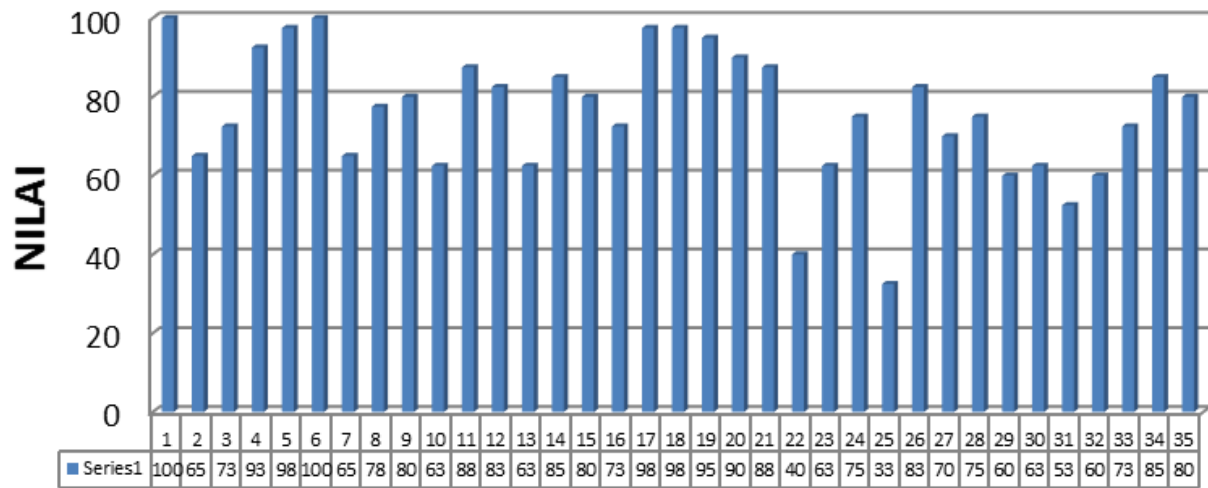
**3.2 Pembahasan**

Penilaian terhadap Pengembangan Video Profil Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono dilihat dari indikator penilaian yang telah ditentukan, diperoleh data dengan besar prosentase 78% dari 35 responden untuk nilai ketertarikan masyarakat. Hasil penilaian ketertarikan ini ditunjukkan pada Gambar 11.

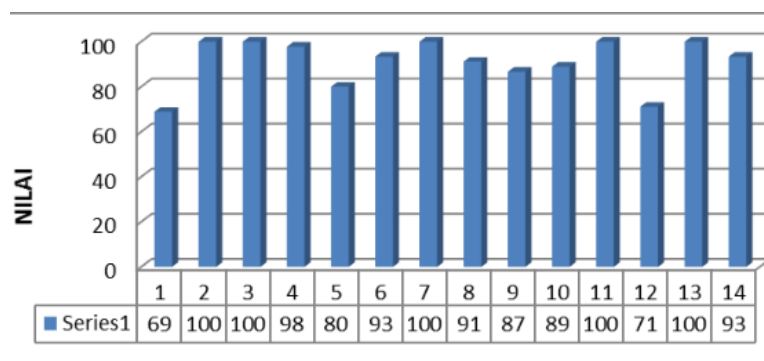
Penilaian masyarakat terhadap penggambaran (visualisasi) program kegiatan serta fasilitas dan sarana prasarana diperoleh dengan presentase 76% dari 35 responden yang memberikan penilaian, dengan tampilan grafik seperti pada Gambar 12.



Gambar 11. Penilaian Ketertarikan



Gambar 12. Penilaian Visualisasi Video Profil



Gambar 13. Penilaian Kebermanfaatan Video Profil

Penilaian stakeholder terhadap kebermanfaatan video profil Pondok Pesantren Darul ArqomSMP Muhammadiyah Jono sebagai media promosi lembaga diperoleh dengan presentase 91% dari 14 responden yang memberikan penilaian, dengan tampilan grafik seperti pada Gambar 13.

Beberapa kategori penilaian diatas dapat digunakan untuk mengukur seberapa terpenuhinya kriteria yang ditetapkan dalam pengembangan video profil di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono. Persentase terpenuhinya kriteria penilaian tersebut dapat diketahui pada tabel 4.



Tabel 4. Persentase Kriteria Penilaian

No	Kriteria Penilaian	%
1	Ketertarikan masyarakat terhadap Pondok Pesantren DarulArqom SMP Muhammadiyah Jono	78%
2	Penggambaran (visualisasi) program kegiatan serta sarana prasarana	76%
3	Kebermanfaatan video profil sebagai media promosi	91%
Prosentase Rata-rata		81.67%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase rata-rata dari tiga kriteria penilaian sebesar 81,67%. Data tersebut menunjukkan bahwa pengembangan video profil di Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono memenuhi kriteria sangat memenuhi untuk aspek ketertarikan masyarakat, penggambaran atau visualisasi kegiatan dan sarana prasarana,

#### 4. KESIMPULAN

Pengembangan Video Profil Pondok Pesantren Darul Arqom SMP Muhammadiyah Jono diukur menggunakan tiga penilaian yaitu, aspek ketertarikan masyarakat, penggambaran atau visualisasi content video profil, serta kebermanfaatan video profil sebagai media promosi lembaga.

Penilaian terkait aspek ketertarikan masyarakat terhadap video profil memenuhi memenuhi kriteria, dengan indeks persentase sebesar 78% dari 35 responden. Penilaian terkait aspek penggambaran atau visualisasi video profil memenuhi kriteria, dengan indeks persentase sebesar 76% dari 35 responden. Penilaian terkait aspek kebermanfaatan video profil terhadap media promosi untuk Penerimaan Santri Baru (PSB) sangat memenuhi kriteria, dengan indeks persentase sebesar 91% dari 14 responden yang merupakan stakeholder lembaga.

#### REKOMENDASI

Pengembangan video profil kedepan perlu pembaharuan sesuai keadaan lembaga, baik dari kegiatan, program unggulan, fasilitas dan sarana prasarana. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan validasi media video profil untuk dapat ditinjau lebih lanjut agar menghasilkan kualitas video profil yang optimal untuk media promosi lembaga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aan, A., Kertiasih, N. K., Kertiasih, N. K., Budhayasa, I. P., & Budhayasa, I. P. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 238-247. <https://doi.org/10.23887/jstundiksha.v6i2.10705>
- Adi, R. F. (2021). *Peran Editor Dalam Meningkatkan Engagement Instagram Klien Melalui Konsep Iklan Kreatif di Jendela.Id* [Universitas Negeri Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/89429/Peran-Editor-Dalam-Meningkatkan-Engagement-Instagram-Klien-Melalui-Konsep-Iklan-Kreatif-di-JendelaId>
- Akbar, T. . A., & Munandar, A. (2019). Perancangan Video Profil Prodi S-1 Teknik Informatika Universitas Ubudiyah Indonesia Sebagai Media Informasi Dan Promosi Berbasis Visual Effect. *Journal of Informatics and Computer Science*, 4(2), 57. <https://doi.org/10.33143/jics.vol4.iss1.531>
- Arif Lahmudin Ali. (2016). *Seni Mengolah Foto Digital*. PT. Elex Media Komputindo. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1172110>
- Audacity. (2022). *Audacity Reference Manual*. Audacity 3.2 Reference Manual. <https://manual.audacityteam.org/>
- Bahari, M. M. (2022). *Penerapan Teknik Editing Non Linear Pada Film Dokumenter Sepuh Lekong* [Universitas Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/89037/1/Pendahuluan.pdf>
- Kemp, S. (Kepios). (2021). *Digital Global Overview Report 2021*. Kepios.

- <https://techsauce.co/tech-and-biz/digital-2021-overview-report>
- Martono, M., Triyono, T., & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Technomedia Journal*, 3(1), 110–120.  
<https://doi.org/10.33050/tmj.v3i1.407>
- Murhadi. (2018). Desain Pengontrolan Objek 3D Interaktif Berbasis Natural User Interface Dengan Microsoft Kinect. *Jurnal INTEK (Informatika Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 16–21.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37729/intek.v1i1.98>
- Rifai, D., Astriyani, E., & Indria, U. (2018). Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal*, 3(1), 98–109.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33050/tmj.v3i1.384>
- 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.vol3>
- (2).2499
- Saputra, R. (2020). Perancangan Ulang Company Profile Savero Hotel Depok Sebagai Corporate Branding Terhadap Publik Eksternal [Universitas Bina Sarana Informatika]. In *Repository Universitas Bina Sarana Informatika (RUBSI)*.  
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/23470>
- Sari, M., & Asmendri. (2018). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA*, 2(1), 15.  
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159>
- Sihombing, D. (2001). Tipografi dalam Desain Grafis. In *Design Graphics*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Gramedia Pustaka Utama
- Tjipto R., S. (2019). Sejarah Gaya Desain Grafis Kover Album Piringan Hitam Musisi Indonesia Tahun 1961-1969 Koleksi Irama Nusantara. *DeKaVe*, 12(1), 62–70.  
<https://doi.org/10.24821/dkv.v12i1.2818>