



## *Development of a Video-Based Company Profile as a Promotional Media for Universitas Muhammadiyah Kendari*

### **Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari**

**Ahmad Hidayath<sup>1</sup>, Zila Razilu<sup>1</sup>, Hendra Nelva Saputra<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Pendidikan Teknologi Informasi, Universitas Muhammadiyah Kendari, Indonesia

E-Mail: <sup>1</sup>ahmad.hidayath.16@umkendari.ac.id, <sup>2</sup>zila.razilu@umkendari.ac.id,  
<sup>3</sup>hendra.nelva@umkendari.ac.id

*Received Sep 12th 2023; Revised Nov 15th 2023; Accepted Dec 25th 2023*  
*Corresponding Author: Hendra Nelva Saputra*

#### **Abstract**

*A video profile is an attempt to persuade the public and serve as a promotional tool for businesses and educational institutions. The purpose of this study is to create a video profile of Universitas Muhammadiyah Kendari that is presented in a video format. This study is a study of growth using the 4-D growth model, which includes the phases of definition (Pendefinisian), design (Desain), development (growth), and dissemination (dissemination). The method of data collection is using angket and wawancara to understand the public's perception of the UM Kendari video profile. The study's output is a video profile that details the facilities of Muhammadiyah Kendari University, the teaching process, and the rector's office. Based on media reports, there is a relatively high response rate of 82%, which is interpreted as quite low. This indicates that the University Muhammadiyah Kendari's video profile can be utilized by utilizing various formats.*

*Keyword: Company Profile, Promotion Media, Video*

#### **Abstrak**

Video profil merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan secara persuasif dan sebagai media promosi bagi masyarakat atau perusahaan dan instansi Pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk membuat video profil Universitas Muhammadiyah Kendari yang dikemas dalam bentuk video. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan model pengembangan 4-D terdiri atas tahapan Define (Pendefinisian), Design (Desain), Develop (Pengembangan), dan Disseminate (Penyebaran). Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dan angket untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap Pengembangan Video profil UM Kendari. Hasil penelitian ini berupa video profil yang berisi tentang fasilitas Universitas Muhammadiyah Kendari, proses pembelajaran, dan sambutan Rektor. Berdasarkan hasil penilaian ahli media, maka diperoleh rerata persentase sebesar 82% yang terinterpretasi sangat layak. Hal ini menunjukkan bahwa video profil Universitas Muhammadiyah Kendari telah dapat disebarluaskan dengan memanfaatkan berbagai macam platform media sosial yang ada.

Kata Kunci: Company Profile, Media Promosi, Video.

#### **1. PENDAHULUAN**

Perguruan tinggi dan Universitas di seluruh dunia saat ini menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam menarik calon mahasiswa, baik dari tingkat lokal maupun internasional. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, promosi universitas melalui media digital telah menjadi semakin penting. Salah satu alat promosi yang semakin populer adalah company profile berbasis video. Pengembangan teknologi ini dapat diterapkan untuk mengembangkan strategi promosi yang telah digunakan. Dalam konteks ini, video company profile adalah sebuah media yang digunakan untuk merangkum dan mengkomunikasikan identitas, nilai-nilai, fasilitas, program akademik, budaya kampus, serta potensi pengembangan diri yang ditawarkan oleh universitas. Video company profile tidak hanya menghadirkan informasi secara visual, tetapi juga memunculkan elemen emosional yang kuat, yang dapat memengaruhi calon mahasiswa dalam pengambilan keputusan.

Company profile tersedia dalam berbagai bentuk dan jenis sesuai dengan target pasar dan informasi yang ingin disampaikan. Company profile merupakan ringkasan informasi tentang sebuah perusahaan, di mana perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang relevan untuk tujuan yang ingin dicapai [1]. Tujuan dari profil perusahaan adalah untuk memperkenalkan perusahaan kepada pelanggan dengan menampilkan informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan serta keunggulan yang dimiliki perusahaan.

Ini juga sejalan dengan fungsi profil perusahaan, yaitu berfungsi sebagai alat komunikasi dan promosi. Profil perusahaan adalah aset yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan citra dan persepsi perusahaan dan mendorong kolaborasi dengan organisasi, lembaga, dan lembaga terkait lainnya.

Video company profile merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan secara persuasif dan sebagai media promosi bagi masyarakat atau perusahaan dan instansi Pendidikan [2]. Video profil perusahaan ataupun institusi merupakan media untuk menginformasikan hal-hal yang dianggap perlu bagi khalayak yang menjadi stakeholdernya [3]. Video profil adalah cara yang kreatif dan inovatif untuk memenuhi berbagai kebutuhan, terutama untuk mempromosikan [4], [5]. Penggunaan video profil dalam promosi perguruan tinggi telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran universitas [6]. Berdasarkan uraian ini, dapat disimpulkan bahwa video profil dapat berperan penting sebagai media promosi universitas untuk membantu menarik minat calon peserta didik untuk menjadi bagian dari universitas tersebut.

Temuan penelitian Permana et al. [4] menunjukkan bahwa video profil telah mampu untuk diimplementasikan dengan baik dan melalui proses uji coba dan uji media terkait video profil yang hasilnya menyatakan layak untuk menjadi media promosi program studi. Penelitian lain dilakukan oleh Akbar & Munandar [7] terkait perancangan video profil program studi sebagai media informasi dan promosi berbasis visual effect. Penelitian Jasmine & Loen [8] memberikan temuan bahwa penggunaan company profile dapat memberikan informasi dan meningkatkan promosi kepada masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Permana et al., dan Akbar & Munandar adalah video profil ini dibuat untuk promosi Universitas, sedangkan keduanya untuk kebutuhan program studi. Selain itu perbedaan juga terletak pada aplikasi yang digunakan dalam pengembangan video profil. Perbedaan penelitian ini dengan Jasmine & Leon adalah video ini dibuat untuk promosi kampus, sedangkan Jasmine & Leon untuk Perusahaan.

Video adalah teknologi yang dapat merekam, menangkap, memproses, dan mentransmisikan gambar bergerak. Untuk menyimpan video tersebut, signal dari film, video, televisi, video tape, atau media non-komputer lainnya dapat digunakan. Signal listrik yang disebut gelombang analog atau video komposit digunakan untuk menampilkan setiap frame tersebut. Gelombang analog memiliki fitur seperti warna, penerangan, dan kesinkronan setiap gambar [9]. Video adalah media elektronik yang dapat menghasilkan tayangan yang dinamis dan menarik dengan menggabungkan teknologi audio dan visual [10]. Menurut Apriliani et al. [11] video merupakan sumber atau media yang paling dinamik serta efektif dalam menyampaikan suatu informasi.

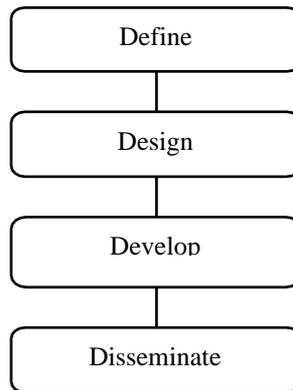
Faktor kunci yang mendorong pentingnya pengembangan company profile berbasis video sebagai media promosi universitas adalah perubahan dalam konsumsi media, dimana perkembangan teknologi telah mengubah cara orang mengakses dan mengkonsumsi informasi. Video telah menjadi media yang sangat populer di media sosial. Calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya cenderung mencari informasi universitas secara online, dan video merupakan cara yang efektif untuk menarik perhatian mereka. Video memungkinkan universitas untuk menyajikan informasi dengan cara yang lebih menarik, visual, dan naratif. Dalam video, universitas dapat menunjukkan dengan jelas keunggulan mereka, kehidupan kampus yang dinamis, serta pengalaman mahasiswa, yang mungkin sulit diungkapkan melalui materi tertulis atau gambar statis. Video yang menarik memiliki potensi untuk menjadi viral di platform media sosial. Ini membuka peluang besar bagi universitas untuk mencapai audiens yang jauh lebih luas daripada yang mungkin tercapai melalui media tradisional. Video yang viral dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif.

Mengacu pada uraian tersebut, Sebagai generasi yang bergelut dalam bidang informatika, penulis berusaha untuk terlibat dalam memberikan layanan informasi yang berbasis multimedia sebagai sarana edukatif dan informatif, yaitu dengan mengembangkan profil perusahaan video. Profil perusahaan ini diharapkan dapat menjadi media publikasi dan penyampaian informasi dengan tampilan yang informatif dan menarik, serta memberikan pemahaman, gambaran, dan kegiatan yang berlangsung di dalam ruang lingkup UM Kendari. Video company profile pada UM Kendari telah ada sejak 2 tahun lalu dan dapat diakses melalui media Youtube, namun karena video tersebut sudah lama maka perlu adanya pengembangan dan pembaharuan sehingga diadakannya penelitian Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari.

## **2. BAHAN DAN METODE**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Research and Development (R&D). Model pengembangan yang digunakan pada penelitian ini adalah model pengembangan 4-D yaitu define, design,

develop, dan disseminate. Adapun tahapan model pengembangan 4D disajikan pada gambar 1 dan diuraikan sebagai berikut.



**Figure 1.** Research Methodology

### 2.1. Define (Pendefinisian)

Pada tahap ini, tindakan dilakukan untuk menetapkan dan menentukan syarat-syarat pengembangan. Tahap ini sering disebut sebagai analisis kebutuhan dalam model lain. Pasti ada analisis yang berbeda untuk setiap produk. Dalam pendefinisian ini, secara umum dilakukan analisis kebutuhan pengembangan, persyaratan pengembangan profil perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, dan model penelitian dan pengembangan (R & D) yang sesuai digunakan untuk mengembangkan profil perusahaan. Tahapan ini dilakukan dengan menganalisis 4 kegiatan yang dilakukan pada tahap define yaitu:

1. Front-end analysis. Pada tahap ini, diagnosis awal dilakukan oleh perancang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas profil perusahaan. Ini akan dilakukan melalui observasi ke bagian pimpinan untuk menemukan dan menetapkan masalah utama dalam penyebaran informasi program studi, serta wawancara dengan mahasiswa dan dosen di UM Kendari.
2. Analisis konsep (concept analysis) dilakukan dengan melakukan observasi untuk mengidentifikasi konsep utama yang akan digunakan, menyusunnya, dan merinci hal-hal yang penting dan tidak penting.
3. Analisis tugas (task analysis) dilakukan melalui wawancara untuk mengetahui desain dan konten profil perusahaan yang diperlukan untuk dimasukkan ke dalam pengembangan profil.
4. Perumusan tujuan pengembangan (specifying instructional objectives) yaitu merangkum hasil dari analisis konsep dan tugas yang dilakukan untuk menentukan pengembangan profil perusahaan. Hasil dari analisis ini menjadi dasar untuk menyusun dan merancang profil perusahaan yang menghasilkan produk pengembangan yang lebih efisien dan berbeda dari profil perusahaan yang sudah ada.

### 2.2. Design (Tahap Perancangan)

Tahap perancangan (design) ini bertujuan untuk merancang bahan pengembangan video profil untuk memperoleh draft awal:

1. Pemilihan video profil adalah video berbasis multimedia yang bertujuan untuk memberikan profil UM Kendari kepada masyarakat dengan cara yang menarik dan efektif.
2. Pemilihan konten yaitu isi dari pengembangan yang ingin kita kembangkan didalamnya terdapat informasi mengenai nama, letak, visi dan misi, dan fasilitas UM Kendari yang telah ada.
3. Pemilihan Bahan yaitu memilih warna, bentuk, musik, dan durasi yang bertujuan agar video profil yang dihasilkan dapat sesuai dengan yang diharapkan.
4. Perancangan awal, berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh rancangan

### 2.3. Develop (Tahap Pengembangan)

Tahap pengembangan (develop) bertujuan menghasilkan video profil yang telah direvisi berdasarkan masukan para ahli.

### 2.4. Disseminate (Tahap Penyebaran)

Tahap Penyebaran (Disseminate) dapat dilakukan jika video profil yang dikembangkan ada pada tahap produksi akhir. Tahap diseminasi dilakukan untuk mempromosikan video profil agar dapat diterima pengguna, baik individu, suatu kelompok, atau sistem. Pada tahap penyebaran ini dilakukan dengan cara menyebarkan video profil UM Kendari melalui akun youtube.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disajikan sesuai dengan Langkah-langkah model 4D yaitu:

#### 3.1. Define

Berdasarkan hasil observasi yang di lakukan pada biro humas tanggal 2 Agustus 2023 Promosi yang sedang berjalan saat ini adalah menggunakan video profil, brosur, spanduk, memuat iklan di forum jual beli dan pameran. Media promosi yang sudah berjalan sudah ada informasi, gambar dan katalog mini dan ditempatkan diberbagai tempat. Selain itu, Video profil diupload pada chanel youtube UMKendari. Saat ini video profil yang ada di tampilkan juga di laman website resmi univerristas muhammadiyah kendari. Akan tetapi, video profile tersebut masih perlu diperbaharui kembali agar dapat memberikan gambaran utuh dan kekinian tentang kondisi Universitas Muhammadiyah Kendari melalui media sosial youtube menjadi latar belakang penting untuk segera dilakukan riset dan pengembangan video profil Universitas Muhammadiyah Kendari.

Berdasarkan kelemahan di atas, Solusi yang akan diberikan peneliti adalah pembuatan video profil yang akan menampilkan kegiatan dan program yang telah dilakukan oleh Universitas Muhammadiyah Kendari secara jelas dan rinci. Video profil ini akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan promosi Universitas Muhammadiyah Kendari dan dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah dengan mengunjungi berbagai situs sosial media.

Dengan demikian, Universitas Muhammadiyah Kendari harus membuat video profil untuk mempromosikan dirinya sendiri. Ini karena Universitas Muhammadiyah Kendari membutuhkan media promosi seperti video profil untuk menunjukkan program studi dan fasilitasnya kepada siswa. Selain itu, video profil juga akan memberi tahu siswa tentang fasilitas dan kondisi Universitas Muhammadiyah Kendari.

#### 3.2. Design

Pada tahap design, video profil ini dikemas sedemikian rupa sehingga tidak hanya menarik bagi penonton tetapi juga bermanfaat dan bernilai bagi mereka yang menontonnya. Demi menjaga agar video profil ini menarik, maka terlebih dahulu dibuatkan storyline. Storyline merupakan narasi yang dibutuhkan dalam proses desain suatu video company profile [12]. Storyline adalah alur cerita yang akan dibuat pada sebuah karya animasi atau film sehingga jelas dan terarah. Storyline video terdiri dari poin-poin yang menjelaskan bagaimana setiap scene terjadi. Ruang, waktu, isi (cerita), tema, karakter, atau motif membentuk skenario, yang merupakan bagian kecil dari seluruh cerita yang menampilkan aksi terus menerus. Tujuannya adalah agar alur cerita menjadi dasar untuk adegan berikutnya. Utamanya jika konten yang akan diproduksi berisi pesan khusus, seperti konten bisnis atau konten personal branding. Hindari pesannya tidak sampai pada audiens. Maka dalam hal ini, konsep sangat penting, agar pesan yang disampaikan bisa divisualisasikan dengan tepat. Alur desain storyline disajikan pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1.** Alur Desain *Storyline*

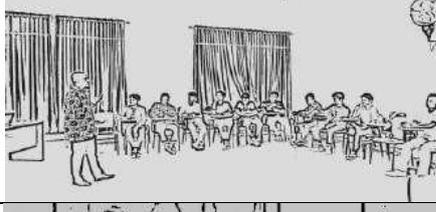
Timeline	Kamera Movement dan Efek	Teks	Suasana dan Footage Video
	- Aerial - Camera Still - Pengambilan gambar dari bawah keatas	Kendari, merupakan kota terbesar di Bumi Anoa, Sulawesi Tenggara	- Pagi Hari - Bundaran Mandonga - Pinggir jalanan yang ramai - Depan SD Kuncup
	- Aerial Movement	dengan Tagline Kendari Bergerak	- Jembatan Bahteramas, Masjid Al Alam
	- Camera Still - Aerial Drone	Kota Kendari menjadi Kota yang mengedapankan keramahan, budaya, dan pariwisata.	- Polantas sapa orang tua murid dan murid SD - Anak muda bantu orang tua menyebrang
	- Kamera pergerakan mahasiswa	Salah satu hal yang menjadi daya tarik masyarakat mengunjungi Kota Kendari adalah Pendidikan.	- Tari Mondotambe di lapangan MTQ - Tempat wisata (labengki atau yg lainnya)
	- Efek	Openig Logo UM Kendari	- Mahasiswa menggulung lengan kemeja - Mengambil tas dan buku dari belakang berjalan maju menuju kampus
	-	Didukung dengan sarana Pendidikan	- Labschool PAUD UM Kendari, anak2 PAUD

Timeline	Kamera Movement dan Efek	Teks	Suasana dan Footage Video
-		mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi	- Labschool PAUD UM Kendari, anak2 PAUD, mahasiswa sedang kuliah
-		Kota Kendari tetap mengedepankan Pendidikan sebagai prioritas utama	- Dosen UM Kendari sedang menjelaskan dikelas - menjelaskan diruang teleconference
-		dalam mendukung kemajuan negeri.	- Mahasiswa mahasiswi UM Kendari saling menyapa di koridor kelas
- Aerial Drone		Sebagai Perguruan Tinggi Swasta Terbaik di Sulawesi Tenggara	- UMK diambil dari udara
- Aerial Drone		terletak di pusat Kota Kendari	Tugu MTQ
-		Universitas Muhammadiyah Kendari, telah mengabdikan diri, untuk menjadi pusat Pendidikan dan mengembangkan generasi muda	Mahasiswa UMK sedang diskusi di ruang dosen FEBI, Membaca diperpustakaan, mengaji di masalah, meneliti didalam lab
-		menjadi sumber daya manusia yang unggul, inovatif dan berkemajuan	Mahasiswa UMK sedang latihan tapak suci, mahasiswa PTI sedang buat program / mahasiswa arsitek sedang mendesain maket/menggambar di meja arsitek, mahasiswa UMK memagan piala
- Efek foto kolase - Padestal Movement - Track Movement		didirikan pada tahun 2021	- Gedung lama UMK/ foto2 lama - GIC - Gedung Teknik - Gedung C
- Efek foto kolase		Universitas Muhammadiyah Kendari telah mencapai kemajuan dan prestasi dari berbagai bidang	- Foto mahasiswa menerima piala/ penghargaan - Foto Mahasiswa dalam pertandingan - Dosen menerima penghargaan - Rector menandatangani MoU
- Logo Mitra UM Kendari diatas - footage		didukung dengan Kerjasama dari stakeholder	- Mahasiswa sedang berbincang
- Logo perguruan tinggi mitra UM Kendari		stakeholder dan mitra dari perguruan-perguruan tinggi terkemuka, baik didalam dan diluar negeri	- Foto Kerjasama UM Kendari: -Neust, Filipina - Islamabad, Pakistan -Kyungdong, Korea
- Efek, Al-qur'an Digital - Efek virtual dan cybernic		Konsep virtual Islamic University, menjadi tagline utama pada pengembangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Kendari	- Mahasiswan UM Kendari sedang berdiskusi di Mushola UM Kendari - Mengaji - Salat berjamaah
- Gambaran rancangan mahasiswa arsitek desain gerbang - Efek Cyber dan tampilan layer VR saat Footage mahasiswa Bisnis digital		dengan harapan menghasilkan lulusan yang mampu bekerja dengan daya saing pengembangan teknologi	- Mahasiswa arsitek merancang di lab arsitektur (meja gambar dan Autocad, Lumion) - Mahasiswa sedang meneliti di Laboratorium - Mahasiswa tambang sedang praktek - Mahasiswa pertanian dikebun hidroponik - Mahasiswa umk mengajar di Paud dan SMA - Mahasiswa bisnis digital praktek menggunakan alat VR
- Aerial Drone		Hingga kini Universitas Muhammadiyah Kendari telah memiliki delapan Fakultas dan delapan belas program studi	- Gedung E/ Gedung GIC
- Font		- Fakultas Teknik	- Footage Fakultas- fakults UM

Timeline	Kamera Movement dan Efek	Teks	Suasana dan Footage Video
	- Title bar	- Fakultas Pertanian - Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan - Fakultas Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - Fakultas Hukum - Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan - Fakultas Agama Islam	Kendari dan Mahasiswanya (footage menyesuaikan)
		Selain Program Studi Sarjana S1	- Mahasiswa lanjut Usia - - (s2) sedang menuju berada diruang tunggu
		Universitas Muhammadiyah Kendari juga menyediakan Program Pascasarjana S2 dengan 4 Program Studi	- Gedung Fakultas Teknik di shoot dari Gedung C UM kendari
		Untuk menunjang pelaksanaan belajar mengajar	- Dosen sedang menjelaskan
		serta aktualisasi mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Kendari dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memadai	- Mahasiswa keluar dari lift - Mahasiswa berada di lab Bahasa - Aula UM Kendari - Perpustakaan Digital - Ruang teleconference - Lab Komputer - Ruang Rapat FKIP/Febi - Ruang baca - Ruang tunggu Febi
			- Depan computer mahasiswa, Fakultas Hukum - Rusng Kelas
		serta program-program yang mendukung pengembangan diri	- Latihan tapak suci - Latihan debat - UKM Seni (melukis, menyanyi, podcast) - UKM Pers (wawancara) - UKM Mahacala - UKM KSR - UKM korapu - IMM - IPM - Latihan Debat
		Rektor Menjelaskan Nickel Industry	- Menyesuaikan
		Mahasiswa dan Alumni Spech	- Keunggulan UMK
	Efek logo Humas	Closing	

Setelah dilakukan storyline, maka dilakukan kegiatan pengambilan video. Proses ini membutuhkan acuan yaitu storyboard. Storyboard adalah sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah. Dengan storyboard, kita dapat lebih mudah menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain karena kita dapat mengiring khayalan seseorang mengikuti gambar-gambar yang disusun, sehingga mereka memiliki persepsi yang sama tentang ide cerita kita [13]. Storyboard adalah gambaran dari skenar, bentuk visual perancangan, audio, durasi, keterangan, dan narasi untuk suara. Perancangan storyboard akan digunakan sebagai referensi saat membuat tampilan pada tahap implementasi [14]. Hasil storyboard adalah sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi di dalam film, atau bagian khusus yang disusun dan dilengkapi dengan dialog yang sesuai dengan waktunya atau deskripsi agenda. Storyboard digunakan untuk mempermudah pengambilan gambar dan berikut adalah hasil dari storyboard. Alur desain stiryboard disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Alur Desain *Storyboard*

Scene	Board	Keterangan
1		Awal pembukaan video dimulai dari gambar suasana perkotaan kota Kendari yang berlokasi di bundaran mandonga
2		Video Gedung universitas Muihammadiyah Kendari dengan menggunakan kamera dari Drone
3		Mahasiswa sedang berdiskusi di ruangan tunggu
4		Mahasiswa sedang meneliti di laboratorium
5		dosen dan mahasiswa sedang melakukan proses belajar mengajar di ruangan kelas
6		Rektor UM Kendari sedang menjelaskan nickel industry

### 3.3. Develop

Pengembangan produk meliputi menyiapkan perangkat lunak, menyiapkan desain, perancangan desain hingga penggabungan program.

#### 1. Tahap Awal

Pada tahap develop menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro untuk menggabungkan beberapa footage yang telah di rekam.



**Gambar 1.** Tampilan Interface Adobe Premiere Pro



**Gambar 2.** Tampilan Editing Opener Motion Grafis Umkendari



**Gambar 3.** Footage video sebelum di edit



**Gambar 4.** dosen dan mahasiswa sedang melakukan proses belajar mengajar di ruangan kelas

2. Uji Coba Produk

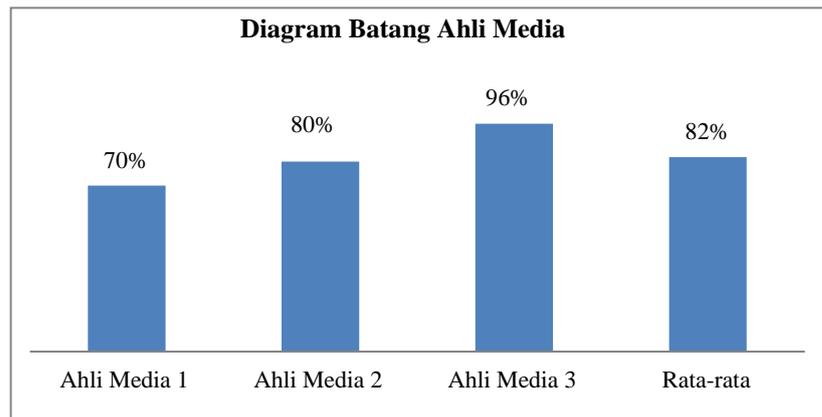
Kelayakan dari produk awal video profil UM Kendari memerlukan validasi dari pakar/ahli untuk menguji dan memberikan penilaian serta saran terhadap video profil yang dibuat ini. Validasi dilakukan oleh ahli media berjumlah 3 orang yang merupakan dosen di UM Kendari yang kompeten dalam bidangnya. Penilaian dalam instrumen ini menggunakan skala Likert dengan interpretasi sebagai berikut.

**Tabel 3.** Interpretasi Kategori Penilaian Ahli Media

No	Persentase	Kategori
1.	0% - 30%	Sangat Tidak Layak
2.	31% - 50%	Tidak Layak
3.	51% - 70%	Cukup Layak
4.	71% - 80%	Layak
5.	81% - 100%	Sangat Layak

Berikut disajikan hasil penilaian Ahli Media terhadap video profil UM Kendari:

Hasil validasi yang dilakukan oleh ahli media terhadap video company profile yang dikembangkan dari aspek penilaian meliputi teknik pembuatan, isi video, dan segi aesthetic atau keindahan. Dari gambar 4 diatas dapat dilihat bahwa ahli media 1 menilai video company profile yang dikembangkan “layak” digunakan dengan kelayakan sebesar 70%. ahli Media 2 menilai video company profile yang dikembangkan “Layak” digunakan dengan kelayakan sebesar 80%. Sedangkan Ahli Media 3 menilai video company profile yang dikembangkan juga “Layak” digunakan dengan kelayakan sebesar 96%, dengan rata-rata presentase 82%. Ahli media berpendapat bahwa video company profile yang dikembangkan sangat baik, mulai dari segi pengambilan gambar, warna dan informasi yang di tampilkan sangat lengkap.



**Gambar 4.** Diagram Hasil Uji Ahli Media

Dalam penelitian ini, UM Kendari adalah instansi yang dipromosikan; video profil adalah media elektronik yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi tentang Prodi atau organisasi. Semua orang di masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi melalui media visual ini. Profil perusahaan biasanya berfungsi sebagai alat marketing yang ditujukan untuk memperoleh klien. Bisa dikatakan bahwa perusahaan profil harus dimiliki oleh setiap bisnis yang beroperasi. Menggunakan video untuk membuat profil perusahaan, promosi, presentasi, dan peluncuran produk terbaru semakin menarik dan mencuri perhatian. Profil perusahaan yang mencuri perhatian juga berpeluang menghasilkan banyak respons konsumen, terutama bagi mereka yang ingin kuliah.

Salah satu manfaat memiliki profil perusahaan video adalah dapat memasarkan produk atau memberi tahu calon pelanggan tentang perusahaan Anda. Dengan media visual, profil perusahaan menjadi lebih menarik untuk digunakan saat mempresentasikan visi, misi, dan keunggulan perusahaan Anda kepada calon pelanggan.

#### 3.4. Disseminate

Ketika produk yang telah dikembangkan telah selesai hingga tahap uji coba dan layak untuk digunakan, itu didistribusikan. Pada titik ini, profil perusahaan UM Kendari telah layak untuk tahap penyebaran.

#### 4. KESIMPULAN

Video profil Universitas Muhammadiyah Kendari dikembangkan dengan mengacu pada tahapan model 4D yaitu define, design, development, dan disseminate. Video profil ini berisi tentang fasilitas Universitas Muhammadiyah Kendari, proses pembelajaran, dan sambutan Rektor. Berdasarkan hasil penilaian ahli media, maka diperoleh rerata persentase sebesar 82% yang terinterpretasi sangat layak. Hal ini menunjukkan bahwa video profil Universitas Muhammadiyah Kendari telah dapat disebarluaskan dengan memanfaatkan berbagai macam platform media sosial yang ada.

#### REFERENSI

- [1] R. Gunawan and W. Yudha Apriansyah, "Dirgamaya Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi Rancang Bangun Company Profile Keab Ben's Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter," *Dirgamaya: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, vol. 1, no. 2, pp. 36–45, 2021, doi: <https://doi.org/10.35969/dirgamaya.v1i2.181>.
- [2] N. Rimayanti, A. Yulianti, B. Nasution, and E. E. Lubis, "Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia," *IT JOURNAL RESEARCH AND DEVELOPMENT*, vol. 3, no. 2, pp. 84–95, Mar. 2019, doi: [10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499).
- [3] A. A. J. Permana, N. K. Kertiasih, and I. P. Budhayasa, "Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika," *Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 6, no. 2, pp. 238–247, 2017.
- [4] A. N. Diansyah and U. Khabibah, "Pengembangan Media Promosi Dengan Video Company Profile Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2018 Pada UMKM D'SIL Homemade Malang," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 85–88, 2021.
- [5] M. Ichfan *et al.*, "Video Profil Universitas Teknologi Akba Makassar Berbasis Multimedia," *Digital Transformation Technology (Digitech)*, vol. 3, no. 2, pp. 499–504, 2023, doi: [10.47709/digitech.v3i2.2909](https://doi.org/10.47709/digitech.v3i2.2909).
- [6] T. M. A. Akbar and A. Munandar, "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*, vol. 4, no. 1, pp. 57–63, 2018, Accessed: Dec. 03, 2023. [Online]. Available: <https://doi.org/10.33143/jics.Vol4.Iss1.531>
- [7] A. M. Jasmine and R. B. Loen, “Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry,” *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, vol. 2, no. 2, pp. 125–132, 2020, Accessed: Dec. 03, 2023. [Online]. Available: <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i2.100>
- [8] D. N. Astrida, A. Nasyith, and W. Lestari, “Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Open Broadcasting System (OBS) Sebagai Upaya Menciptakan Media Pembelajaran yang Efektif Pasca Pandemi Covid-19,” *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 6, no. 4, pp. 2272–2276, 2022, doi: <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i4.11723>.
- [9] F. Yuanta, “Pengembangan Media Video Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial pada Siswa Sekolah Dasar,” *Trapsila: Jurnal Pendidikan Dasar*, vol. 1, no. 02, p. 91, 2020, doi: [10.30742/tpd.v1i02.816](https://doi.org/10.30742/tpd.v1i02.816).
- [10] Z. Apriliani, U. Hasanah, and A. S. Anas, “Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia (JTIM)*, vol. 1, no. 1, pp. 57–65, 2019, doi: <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>.
- [11] R. P. Sari, F. D. Yulianti, and R. I. K. Pamungkas, “Pengembangan Tampilan Video Company Profile Emaki Al Ma’soem Tadabbur Alam,” *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial dan Humaniora*, vol. 1, no. 2, pp. 34–43, 2022.
- [12] U. Khulsum, Y. Hudiyono, and E. D. Sulistyowati, “Pengembangan Bahan Ajar Menulis Cerpen dengan Media Storyboard pada Siswa Kelas X SMA,” *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2018.
- [13] F. Indriyani and K. R. Sihite, “Pengenalan Huruf, Angka dan Warna Pada Anak Usia Dini Melalui Pembelajaran Berbasis Multi Media,” *Paradigma*, vol. 17, no. 1, pp. 20–28, 2015.
- [14] R. P. S. Hunowu, “Perancangan Video Company Profil Universitas Ichsan Gorontalo,” *Jurnal Nawala Visual*, vol. 3, no. 2, pp. 93–98, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>