

Media Sistem Informasi Video Profile SMA Permata Insani Menggunakan Adobe Creative Cloud

Giandari Maulani^{*1}, Sugeng Widada², Nabila Geysaka Amir³

¹Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

²Program Studi Sistem Komputer Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

³Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

Email : ^{*1}giandari@raharja.info, ²widada@raharja.info, ³nabila@raharja.info

Abstrak

Upaya lembaga sekolah agar dikenal dan diminati oleh masyarakat luas serta agar perolehan calon siswa setiap tahunnya selalu bertambah, yakni dengan melakukan upaya-upaya promosi melalui media tertentu. Media sistem informasi memegang peranan penting didalam suatu lembaga sekolah. Penelitian ini dibuat dikarenakan adanya permasalahan pada SMA Permata Insani yang saat itu belum memiliki media sistem informasi yang tepat untuk dapat menarik minat masyarakat, penelitian ini bertujuan menghasilkan sebuah media sistem informasi yang berbentuk video profile yang memiliki daya tarik audio visual sebagai bentuk upaya mempromosikan SMA Permata Insani. Penelitian ini menggunakan metode analisa permasalahan, metode pengumpulan data, metode perancangan media dan Konsep Produksi Media (KPM) yang memiliki tahapan Preproduction, Production dan Postproduction. Hasil akhir penelitian ini yakni terciptanya media sistem informasi dalam bentuk video profile dengan menggunakan aplikasi Adobe Creative Cloud yang variannya berupa: Adobe Premiere Creative Cloud, Adobe After Effects Creative Cloud dan Adobe Audition Creative Cloud yang dapat membantu SMA Permata Insani didalam melakukan upaya promosi agar dapat meningkatkan minat masyarakat serta meningkatkan perolehan calon siswa barunya.

Kata Kunci --- Media Sistem Informasi, Video profile, Adobe Creative Cloud.

Abstract

The efforts of the school institutions to be known and enthused by the public and for the acquisition of prospective students each year are always increasing, namely by conducting efforts through certain media promotion. Information System Media plays an important role in a school institution. This research was made due to the problem of high school Permata Insani which currently does not have the right information system media to be able to attract the public, this research aims to produce a media information system that Video profile that has the appeal of visual audio as a form of efforts to promote high school Permata Insani. This research uses methods of analysis of problems, data collection methods, media planning methods and Media production concept (KPM) that have stages of Preproduction, Production and Postproduction. The final result of this research is the creation of information system in the form of video profile using Adobe Creative Cloud application which variant is: Adobe Premiere Creative Cloud, Adobe After Effects Creative Cloud and Adobe Audition Creative Cloud that can help high school Permata Insani in conducting promotion efforts to increase the interest of people and increase the acquisition of prospective new students.

Keywords --- Media system information, Video profile, Adobe Creative Cloud.

1. PENDAHULUAN

Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi era digital ini, dalam memasarkan sebuah produk bukan hanya dipasarkan melalui media sistem informasi yang menggunakan media cetak saja, media dalam bentuk video profile juga menjadi tuntutan dalam penyampaian pesan informasi tentang keunggulan dan kualitas produk juga memanfaatkan media berbentuk video. SMA Permata Insani merupakan salah satu lembaga pendidikan dibawah naungan Yayasan Pandu Pertiwi yang berada di Jl. Perum Villa Permata Blok G 1 Sindangsari Pasar Kemis, Tangerang – Banten, SMA Permata Insani merupakan sekolah bernuansa islam dengan pelajaran yang diberikan mengacu pada kurikulum DikNas dan kurikulum ciri khas keagamaan adapun prestasi dan fasilitas yang ada di SMA Permata Insani membutuhkan media penyampaian pesan dalam bentuk video. Dari media yang dibutuhkan tersebut diharapkan agar pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan target-target yang diinginkan oleh lembaga sekolah, adapun target tersebut: 1) Menaikkan perolehan calon siswa didik yang hingga saat ini tiap tahunnya. 2) Tentang keunggulan-keunggulan sekolah berdasarkan kurikulum maupun keunggulan bidang lainnya dapat lebih tersosialisasikan kepada masyarakat. 3) Mengenai kualitas hasil lulusan bisa disosialisasikan secara maksimal kepada masyarakat. Hingga saat ini dalam menyampaikan pesan sudah menggunakan media video namun masih secara keseluruhan mengenai orientasi keseluruhan tentang Yayasan Pandu Pertiwi, sedangkan video yang diinginkan yakni video profile yang khusus tentang SMA Permata Insani. Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka pada penelitian ini dapat dirumuskan beberapa *point* yang menjadi permasalahan pada SMA Permata Insani yakni: 1) Media sistem informasi seperti apakah yang tepat untuk menginformasikan keunggulan-keunggulan dari SMA Permata Insani ? 2) Bagaimana mengemas media sistem informasi ini agar menarik dan dapat memudahkan pihak management dan marketing SMA Permata Insani dalam melakukan presentasi terhadap para orangtua, calon siswa baru serta masyarakat umum? Adapun tujuan dari penelitian ini yakni menghasilkan sebuah media system informasi (yang nantinya berbentuk video *profile*) yang memiliki daya tarik audio visual sebagai bentuk upaya mempromosikan SMA Permata Insani.

LITERATURE REVIEW

1. Penelitian yang dilakukan Fadhly Abdillah,dkk (2017) “Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STMIK CIC Dengan Teknik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic”. STMIK CIC sebagai objek penelitian saat itu belum memiliki media promosi dalam bentuk video profile. Untuk mengatasi hal tersebut, dibuatlah media promosi dalam bentuk video profile dengan menggunakan teknik Motion Graphic dengan objek Flat Design. Penggunaan video profile ini pada saat sosialisasi kampus STMIK CIC ke beberapa sekolah dan juga di *share* ke berbagai media sosial. Pada penelitian ini Adobe After Effects, Adobe Media Encoder dan CorelDraw merupakan Software yang digunakan untuk membuat teknik Motion Graphic dan Nuendo untuk perekam narasi. Hasil test/trial di beberapa sekolah SMA/SMK yang ada di wilayah Ciayu Majakuning, video profile ini berperan sebagai media untuk mempromosikan STMIK CIC melalui teknik Motion Graphic dan mendapatkan hasil yang baik dengan suara 63 % setuju media promosi ini menarik dan inovatif, 64% setuju informasi yang disampaikannya Jelas, 63% setuju media promosi di STMIK CIC meningkat dari sebelumnya dan 57 % sangat setuju media promosi ini digunakan untuk kunjungan ke sekolah-sekolah serta diupload ke media sosial.[1]
2. Penelitian yang dilakukan Ria Wulandari,dkk (2018) “Promosi dan Informasi Pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja”. Penelitian ini berisi: SMA Mandiri Balaraja merupakan lembaga pendidikan yang saat ini belum memiliki media informasi yang menjelaskan secara detail untuk mendaftar dan mengenal fasilitas-fasilitas yang ada di SMA Mandiri Balaraja. Video yang dirancang ini menjelaskan keunggulan belajar, fasilitas

- sekolah, gedung yang luas serta ekstrakurikuler yang beragam. Media video profile SMA Mandiri Balaraja dibuat untuk diinformasikan melalui beberapa media social seperti Youtube, Facebook dan juga Website SMA Mandiri Balaraja sendiri. Target yang ingin dicapai SMA Mandiri Balaraja yakni peningkatan calon siswa/siswi yang akan mendaftar di SMA Mandiri Balaraja terus meningkat.[2]
3. Penelitian yang juga dilakukan Kadek Dwi Yoga Adi Palguna,dkk (2016) “Pengembangan Media Promosi Berbasis Aransemen Musik Dan Video Profile Jurusan Pendidikan Teknik Informatika”. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan aransemen musik dan video profile pendidikan teknik informatika, mengetahui respon pengguna terhadap aransemen musik dan video profile pendidikan teknik informatika. Metode yang digunakannya berupa metode penelitian dan metode pengembangan. Aplikasi pembuatan media promosinya menggunakan *Presonus Studio One* untuk membuat aransemen lagu, *Pinnacle Version 14* untuk membuat video beserta *Adobe After Effect* yang berperan sebagai penambahan efek video. Pemanfaatan aplikasi pembuat musik dan video ini membuat para remaja/anak muda dapat berkreasi dalam mengaransemen dan mengolah video dengan berbagai efek sesuai kemampuan dan keinginannya.[3]
 4. Penelitian yang dilakukan Giandari Maulani,dkk (2018) “Video Promosi Untuk Program Acara Crazy Challenge MNC Channel-Indovision Dengan Adobe Premier Pro”. Penelitiannya membahas tentang media massa yang berlomba-lomba membuat promosi untuk program acara dalam bentuk digital video yang kemudian disaksikan oleh masyarakat melalui televisi. Tujuan dari pembuatan video promosi pada program acara Crazy Challenge yakni memberikan informasi yang efektif tentang tayangan tersebut, dapat menarik konsumen untuk berlangganan TV kabel indovision, menarik minat para sponsor dan menjadi daya tarik masyarakat atau penonton untuk menyaksikan acara tersebut serta dapat mencapai target untuk meningkatkan rating untuk setiap program acara games di MNC Channel. Software yang digunakan dalam penelitian ini yakni: Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Illustrator CS6 sebagai tahap editing.[4]
 5. Penelitian yang dilakukan Desy Apriani,dkk (2018) “Sarana Promosi dan Informasi Sebagai Video Profile SMK Yuppentek 2 Curug Kabupaten Tangerang”. Penelitian ini membahas mengenai Multimedia dalam dunia pendidikan yang memiliki teknik pembelajaran efektif sehingga hasil yang dicapai pun dapat lebih maksimal serta para calon siswa/siswi dapat lebih mudah untuk menerima informasi secara cepat dan efektif. Saat itu SMK Yuppentek 2 Curug belum memiliki media promosi video *profile*, sehingga dibuatlah video tersebut pada penelitian ini dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop CS6, Adobe Premier CS6 serta Adobe Corel Video Studio X5.[5]
 6. *Research conducted by Fong, Dyuty Firoz and Wan Idros Wan Sulaiman (2017) “The Impact Of Tourism Advertisement Promotional Videos On Young Adults”. Tourism advertisement videos have been a good source of information today for tourists to select their holiday destinations. The short promotional videos enable the viewers to visualize, fantasize and dream about a holiday destination. It has been found that young tourists are more likely to travel to different destinations with different cultures, and most of them prefer audio-visual information sources like films, television or advertisement videos regarding the holiday destinations. By employing the AIDA model (hierarchy of effects model) proposed by Elmo Lewis, this research aims to investigate how tourism advertisement promotional videos influence the decision making of young tourists in choosing a holiday destination. This study will use email interviews as the research method to allow the respondents to express themselves more freely, as well as sharing their views in a more detailed manner according to their preferred or convenient time. Two latest and most popular tourism advertisement promotional videos from YouTube will be shown to the respondents at the beginning of the interviews in order to find out what attributes in the videos influence their decision making. This study also analyzes what other destination features (e.g. people, nature, religious places, landscape, leisure activity, season, architecture or heritage) can be included in the*

tourism advertisements to make them more influential in forming positive attitudes among young tourists. (Video iklan pariwisata telah menjadi sumber informasi yang baik bagi wisatawan untuk memilih hari liburan mereka. Video promosi singkat memungkinkan pemirsa untuk memvisualisasikan, berfantasi dan bermimpi tentang tujuan liburan. Telah ditemukan bahwa turis muda lebih cenderung melakukan perjalanan ke berbagai tujuan dengan budaya yang berbeda dan kebanyakan dari mereka lebih memilih sumber informasi audio visual seperti film. Dengan menggunakan metode AIDA (*hierarchy of effects model*) yang dikemukakan oleh Elmo Lewis, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana video promosi iklan pariwisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan muda dalam memilih tujuan liburan. Penelitian ini akan menggunakan wawancara sebagai metode penelitian untuk memungkinkan responden untuk mengekspresikan diri lebih leluasa). [6]

7. *Research conducted by Kim, Seung Ae Lim, Hak Hyun Choi (2016) "An Efficient Expression Technique For Promotional Video Production Based On IoT (the internet of things) In Cultural Art Institutions". This paper describes expressive promotional techniques, and proposes editing techniques for public relations videos through a study of the recent technology, The Internet of Things(IoT). IoT is an intelligent information technology that enables the connection among things via the Internet, and the interaction service between human beings and all sorts of objects, of objects themselves. IoT creates an expanded computing environment, and may be an efficient manner of the public-relations video rising its discrimination and competitiveness considering the interaction between the future networks and Big Data. In addition, through a connection between Information and Communications Technology(ICT) and art and culture, we will expand the manner in which it is used to develop stories. Considering the increase in the connection between ICT and art and culture, more studies are necessary in the area of public-relations videos. Therefore, by conducting an experiment on its materialization and proposing a new plan for its improvement, we connect the features and concepts of IoT to the above field by analyzing existing public-relations videos based on related theoretical studies. The experimental materialization described in this study is the creation of an experimental video using representation techniques in Adobe After Effects, and proposing a new model of these techniques.* (Paper jurnal ini menjelaskan teknik promosi ekspresif dan mengusulkan teknik pengeditan untuk video hubungan masyarakat melalui studi teknologi terkini, Internet of Things (IoT). IoT adalah teknologi informasi cerdas yang memungkinkan koneksi antar hal melalui internet, dan layanan interaksi antara manusia dan segala macam objek, objek itu sendiri IoT menciptakan lingkungan komputasi yang diperluas, dan mungkin menjadi cara yang efisien dari video hubungan publik meningkatkan diskriminasi dan daya saingnya mempertimbangkan interaksi antara jaringan masa depan dan Big data. Selain itu, melalui koneksi antara teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan seni dan budaya, kami akan memperluas cara penggunaannya untuk mengembangkan cerita. Mempertimbangkan peningkatan hubungan antar TIK dan seni dan budaya, lebih banyak penelitian diperlukan di bidang video hubungan masyarakat. Oleh karena itu, dengan melakukan eksperimen pada materialisasi dan mengusulkan rencana untuk perbaikannya, kami menghubungkan fitur dan konsep IoT ke bidang diatas dengan menganalisis video *public relations* yang ada berdasarkan studi teoritis terkait. Dalam perkembangan eksperimental dijelaskan dalam penelitian ini yakni dengan penciptaan video eksperimental menggunakan teknik *Adobe after effects* dan mengusulkan sebuah model baru melalui teknik ini). [7]
8. *Research conducted by Anastasia, et al (2017) Video Creation and Social Networking Educational Environment. Bohemia : University of West Bohemia. a case study of pre-service teacher training in ASPETE Patras. ISBN: 978-80-261-0710-1. The use of Technology and Information in the world of education is very important. one of which is to facilitate the teachers to further develop the teaching materials. In this case, the Internet or social media is included into the Technology and Information. certainly regardless of the purpose of communication and entertainment, social media can make their learning methods*

more interactive. in addition to easily accessible, easy use makes social media a great place for the development of learning environment. the purpose of this study is to evaluate the video use procedures in education in youtube social media, as is done by the School of Pedagogical and Technological Education Pedagogical Training Program of ASPETE. using non-participatory observational research methods, more detailed content has been uploaded on Youtube consisting of 198 videos created in the context of the "Education" course. By making interactive learning videos using social media, learning will be more effective and make students more active . (Penggunaan Teknologi dan Informasi dalam dunia pendidikan adalah hal yang sangat penting. salah satunya untuk memudahkan para pengajar untuk semakin mengembangkan bahan ajarannya. Dalam hal ini, Internet ataupun sosial media termasuk kedalam Teknologi dan Informasi tersebut. tentunya terlepas dari tujuan komunikasi dan hiburan, media sosial bisa membuat metode pelajaran mereka lebih interaktif. Selain mudah diakses, penggunaan yang mudah membuat sosial media menjadi tempat yang tepat untuk pengembangan lingkungan belajar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi prosedur penggunaan video dalam pendidikan dalam media sosial youtube, seperti yang dilakukan oleh Pendidikan Teknologi dan Multimedia kursus program Pelatihan Pedagogi ASPETE (Sekolah Pedagogi dan Pendidikan Teknologi). Menggunakan metode penelitian observasi non-partisipatif, lebih detail lagi konten sudah di *upload* di Youtube yang terdiri dari 198 video yang dibuat dalam konteks kursus "Pendidikan". Dengan dibuatnya video pembelajaran yang interaktif menggunakan media sosial tentunya pembelajaran akan lebih efektif dan semakin membuat aktif para siswa.[8]

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan yakni dengan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) yang merupakan suatu metode analisa masalah untuk mencari kekuatan, peluang serta ancaman terhadap suatu media yang diusulkan agar media yang telah dihasilkan memenuhi fungsi dan kegunaan yang dikehendaki oleh lembaga sekolah. Metode selanjutnya yakni 1) Metode Analisa Permasalahan ; Analisa permasalahan didapatkan pada saat melakukan pertemuan dengan Bapak Hasan Firdaus,S.Kom,M.Pd. selaku kepala sekolah SMA Permata Insani melalui tanya jawab dan *interview*. 2) Metode Pengumpulan Data; a) Observasi ; Data-data yang digunakan untuk menunjang penelitian ini dengan cara datang langsung ke SMA Permata Insani b) Wawancara ; Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan orang yang akan diwawancarai, memperoleh informasi dan gambaran mengenai media penunjang Promosi dengan jelas seperti apa yang diinginkan oleh SMA Permata Insani c) Studi Pustaka; Untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam laporan penelitian dengan membaca buku-buku, referensi yang relevan dengan judul penelitian yang diajukan. 3) Metode Perancangan Media; Pengolahan suatu data atau informasi yang akan digunakan harus dianalisa terlebih dahulu, setelah dianalisa data dan informasi tersebut akan diolah menggunakan *software*. Dalam pembuatan media sistem informasi berbentuk video *profile* dibutuhkan *software* yang tepat yakni Adobe Creative Cloud yang memiliki varian: *Adobe Premiere Creative Cloud, Adobe After Effects Creative Cloud* serta *Adobe Audition Creative Cloud*. 4) Konsep Produksi Media; Untuk mendapatkan hasil rancangan media yang baik dan berkualitas seperti yang diinginkan maka digunakan konsep Produksi Media yang disebut KPM (Konsep Produksi Media) yang didalamnya terdapat tahapan *Preproduction, Production* dan *Postproduction* yang akan diulas pada penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Media

Menurut Muslina, dkk (2017), Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan serta dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar disengaja, bertujuan dan terkendali.[9]

Sistem Informasi

Menurut Triyono, dkk yang mengutip dari S.Azhar (2018), Sistem Informasi adalah kumpulan dari sub-sub sistem baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerjasama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan yaitu mengubah data menjadi informasi yang berguna[10]

Video Profile

Menurut Sunarya, dkk (2017), Video Profile adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut di sebarakan melalui audio visual atau video.[11]

Sekolah

Menurut Martina, dkk (2019). Sekolah adalah lembaga pendidikan yang diselenggarakan dalam waktu yang sangat teratur, program yang sangat kaya dan sistematis, dilakukan oleh tenaga kependidikan yang profesional dalam bidangnya dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai.[12]

Adobe Creative Cloud (Adobe CC)

Menurut Solusi (2018) Adobe Creative Cloud adalah Aplikasi pembuat grafis maupun multimedia yang memiliki 5 (lima) hal menarik, yaitu: Mudah menyinkronkan data dengan Libraries yang tersedia, Memanfaatkan Sharper Tool pada Adobe Illustrator untuk menggambar, Real-time Reviews pada Adobe Photoshop memudahkan Komunikasi, Mengidentifikasi Font pada foto di Adobe Photoshop dan yang hasilkan animasi sederhana dengan Adobe InDesign.[13]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Preproduction

Preproduction merupakan step atau langkah dimana dimulainya ide, perencanaan dan persiapan dari Konsep Produksi Media. Terdapat 7 (tujuh) langkah *Preproduction* dalam Konsep Produksi Media, dimulai dari: Ide yang dituangkan secara sistematis, Pembuatan sinopsis, *Script Writing*, *Storyboard*, Pemilihan pemain dan *crew*, *Setting* Alat dan *Time Schedule* dimana semua tahapan yang ada ini harus sesuai dengan *time schedule* yang telah ditetapkan.

Ide atau Gagasan

Ide atau gagasan untuk penelitian ini terdapat saat mengetahui bahwa penggunaan media promosi berbasis *Video profile* merupakan media yang sangat efektif dan efisien untuk mempromosikan suatu perusahaan atau instansi karena manusia dapat mengingat sebanyak 85% apa yang dilihat, didengar dan dialaminya secara bersamaan. Didalam perkembangannya SMA Permata Insani ingin memperluas informasi dan wilayah promosi khususnya pada bidang pendidikan, dari hal tersebut maka menjadi garis besar terciptanya ide gagasan untuk merancang *video profile* di SMA Permata Insani.

Sinopsis/Cerita

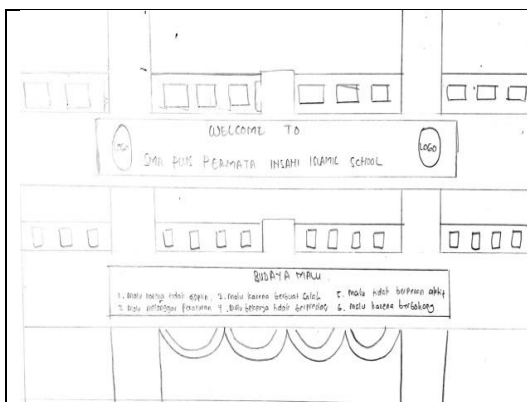
Sinopsis/Cerita pada penelitian ini merupakan ringkasan cerita atau film, menjadi bentuk pendekatan dari sebuah *feature documenter* tersebut. Sinopsis/cerita dibatasi oleh jumlah halaman; misal Satu atau dua halaman, seperlima atau sepersepuluh halaman dari panjang video *profile*. Sinopsis perancangan *video profile* sebagai penunjang media informasi dan promosi pada SMA Permata Insani ini adalah : "SMA Permata Insani berlokasi di Jalan Perum Villa Permata Blok G 1 Sindang Sari Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. SMA Permata Insani berdiri pada tahun 2011 dibawah naungan Yayasan Pandu Pertiwi. SMA Permata Insani merupakan salah satu sekolah bernuansa islam yang menggabungkan dua kurikulum yaitu kurikulum Diknas dan kurikulum Ciri Khas. Dengan menyediakan beberapa program unggulan dan fasilitas yang memadai dan selalu di update membuat siswa – siswi nyaman dalam melakukan kegiatan belajar mengajar. SMA Permata Insani juga sudah memiliki prestasi dibidang akademik maupun non akademik, maka dari itu SMA Permata Insani membutuhkan sebuah *video profile* sebagai penunjang informasi dan promosi yang diharapkan dapat menjadi daya tarik calon peserta didik baru dan juga masyarakat luas."

Script Writing

Script writing pada penelitian ini yakni membuat rancangan naskah penulisan yang detail agar mempermudah proses *editing*.

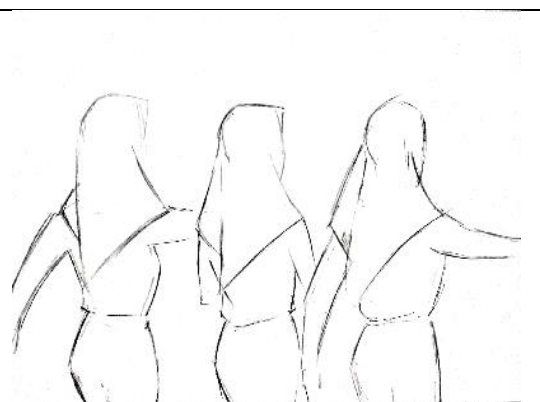
Storyboard

Storyboard pada penelitian ini merupakan sketsa yang digambar berurutan/sesuai dengan naskahnya. *Storyboard* dapat menyampaikan suatu ide yang kita miliki kepada orang lain agar lebih mudah dipahami dan dimengerti sekaligus dapat menggiring khayalan seseorang untuk mengikuti sketsa gambar yang kita buat hingga menghasilkan suatu pengertian yang sama dengan ide kita. Untuk *Storyboard* dapat dilihat pada gambar-gambar dibawah ini :



Gambar 1. Scene 1. Gedung Sekolah

Scene 1. Gambar gedung utama sekolah diberikan *Background Musik Be Inspired – Crescent Music 100%*, diproduksi dengan Aplikasi *Adobe Premiere*.



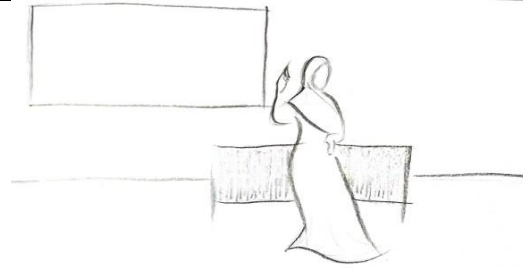
Gambar 2. Scene 2. Upacara Bendera

Scene 2. Gambar upacara Bendera yang dilaksanakan di halaman sekolah pada setiap Hari Senin dengan diberikan *Background Musik Be Inspired – Crescent Music 100%*, diproduksi dengan Aplikasi *Adobe Premiere*.



Gambar 3. Scene 3. Kepala Sekolah

Scene 3. Gambar kepala sekolah menyampaikan tentang profil sekolah dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%, diproduksi dengan Aplikasi Adobe Premiere.



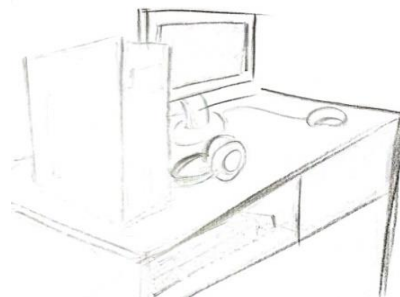
Gambar 4. Scene 4. Guru Mengajar

Scene 4. guru sedang mengajar dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%, diproduksi dengan Aplikasi Adobe Premiere.



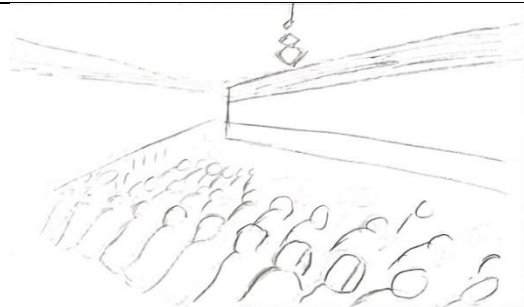
Gambar 5. Scene 5. Kegiatan Wajib Baca

Scene 5. Gambar siswa sedang melakukan kegiatan wajib baca yaitu selama 15 menit sebelum KBM dimulai dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%.



Gambar 6. Scene 6. Ruang Labkom

Scene 6. Gambar ruang Labkom sekolah dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%, diproduksi dengan Aplikasi Adobe Premiere.



Gambar 7. Scene 7. Kegiatan Sholat berjamaah

Scene 7. Gambar siswa dan guru melakukan sholat berjama'ah di masjid sekolah dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%, diproduksi dengan Aplikasi Adobe Premiere.



Gambar 8. Scene 8. Kegiatan Tadarus Quran

Scene 8. Gambar tadarus Al-Qur'an yang dilakukan di masjid sekolah setelah sholat berjama'ah dengan Voice offer 75% dan diberikan Background Musik Be Inspired – Crescent Music 25%, diproduksi dengan Aplikasi Adobe Premiere.

Penyusunan Crew (Pemain)

Pemain dari video ini yakni : Kepala Sekolah, Guru dan Siswa-siswi SMA Pemata Insani, sedangkan untuk *crew* secara garis besar dibutuhkan sutradara, *cameramen*, *editor*, *script writting* dan *dubbing*. Adapun pemain dan *crew* yang terlibat dalam pembuatan video *profile* ini antara lain :

Tabel 1. Penyusunan *Crew* (Pemain)

NO	JABATAN	NAMA
1.	Sutradara	Giandari Maulani
2.	<i>Cameraman 1</i>	Sugeng Widada
3.	<i>Cameraman 2</i>	Nabila Geysaka Amir
4.	<i>Editor 1</i>	Sugeng Widada
5.	<i>Editor 2</i>	Nabila Geysaka Amir
6.	Sinopsis, <i>Storyboard</i> , <i>Script Writting</i> dan <i>Rundown</i>	Giandari Maulani dan Nabila Geysaka Amir
7.	<i>Dubbing</i>	Hasan Firdaus, S.Kom, M.Pd
8.	Pemain	Kepala Sekolah, Guru dan Siswa/siswi SMA Pemata Insani

Time Schedule

Time Schedule pembuatan video *profile* ini ditargetkan selama 4 (empat) bulan, dimulai dari bulan Maret hingga Juli 2019.

Production

Production merupakan proses pengambilan gambar/*shooting video* antara para pemain dan *crew* sebagai perwujudan rumusan dari tahap *preproduction* dalam bentuk skenario, naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

Pada tahap *production* semua unsur teknis dan kreatif seperti naskah, *actor*, sinematografi dan suara bergabung dibawah pengawasan kreatif sutradara.

Dalam menjalankan proses *production* pengambilan gambar/*shooting video* ada beberapa hal yang harus dipersiapkan dengan baik, antara lain : Desain produksi termasuk *storyboard* yang bisa menjadi panduan yang baik tentang hal-hal yang harus dikerjakan selama *shooting*, Kesiapan *crew* dalam menjalankan perannya masing-masing serta Kesiapan perlengkapan yang juga merupakan tanggung jawab dari masing-masing *crewnya*.

Tampilan Isi



Gambar 9. *Scene 9.* Gedung Sekolah
SMA Permata Insani



Gambar 10. *Scene 10.* Upacara Bendera



Gambar 11. *Scene 11.* Kepala Sekolah



Gambar 12. *Scene 12.* Guru Mengajar



Gambar 13. *Scene 13.* Kegiatan Wajib
Baca



Gambar 14. *Scene 14.* Ruang Lab
Komputer



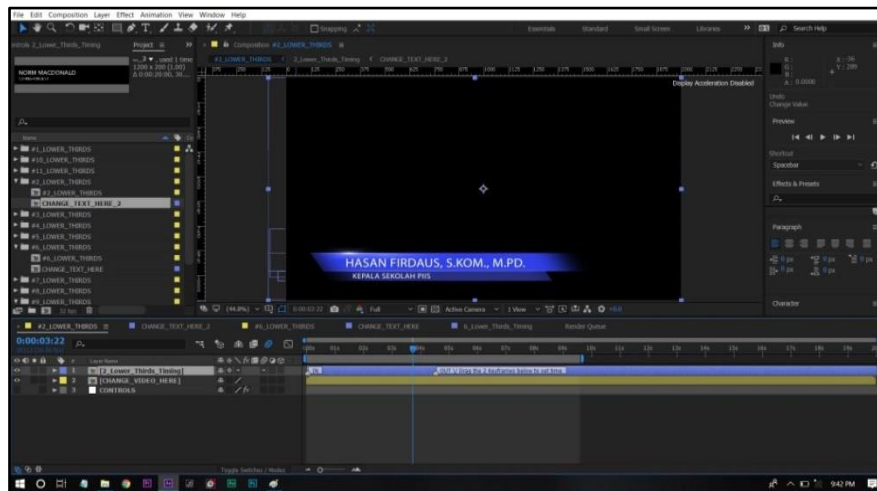
Gambar 15. *Scene 15.* Kegiatan Sholat
Berjamaah



Gambar 16. *Scene 16.* Kegiatan Tadarus
Quran

Post Production

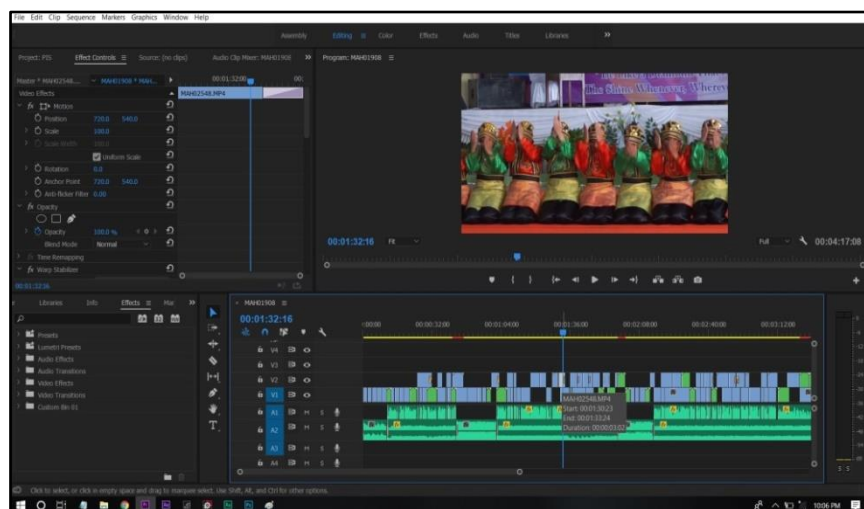
Postproduction merupakan suatu proses *finishing* sebuah karya hingga menjadi sebuah video yang utuh serta mampu menyampaikan sebuah cerita/pesan kepada *audience*. Pada proses *postproduction* seluruh gambar yang didapat pada proses *production* disatukan kemudian diedit oleh seorang editor. Kegiatan pemutaran serta distribusi, masuk kedalam proses *postproduction*. Tahapan proses *postproduction*, yaitu : a) *Capturing* atau digitalisasi hasil *shooting* yang masih analog di-*capture* melalui *capture card* atau *firewire* lalu diubah menjadi *file* data digital kemudian disimpan dalam *harddisk* dan setiap saat bias dipanggil kembali bila diperlukan. b) *Editing*; Pada tahap *editing video* dilakukan pemotongan, pemilihan serta penyusunan hasil gambar *shooting* sesuai keinginan/gagasan sutradara sesuai dengan naskah dan *storyboard*.



Gambar 17. Tahap *Editing*

c) *Mixing*

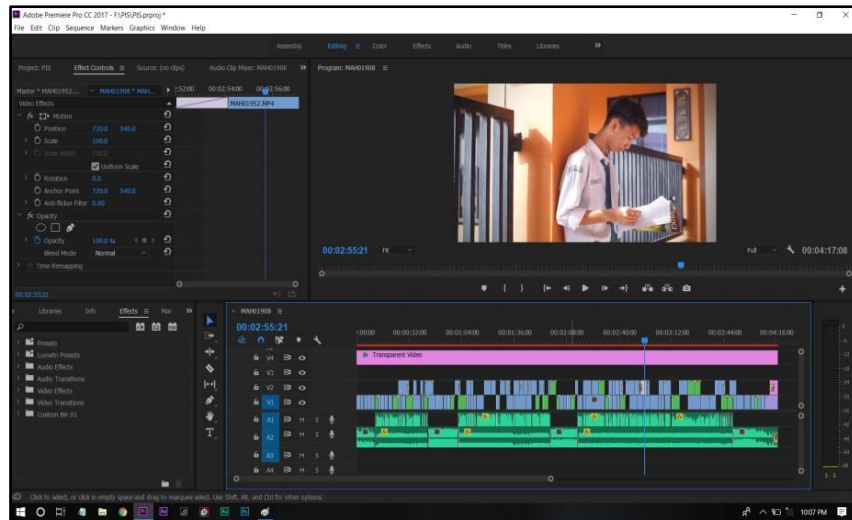
Mixing merupakan pencampuran antara gambar dengan suara, narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik dimasukkan kedalam hasil *editing* gambar sesuai dengan naskah. Keseimbangan antara suara asli, narasi, ilustrasi musik dan *sound* efek sangat diperhatikan agar serasi dan harmonis serta terdengar dengan jelas. Setelah proses *mixing* selesai lalu data di ekspor ke *format file* tertentu untuk proses penyiaran ke publik.



Gambar 18. Tahap *Mixing*

d) *Finishing*

Tahap *finishing* ini merupakan tahap terakhir dalam proses pembuatan *video profile* ini. Pada tahap ini dilakukan proses *export video* dari *adobe premier pro* menjadi *format video*.



Gambar 19. Tahap *Finishing*

e) *Exporting*

Tahap *exporting* ini merupakan tahap akhir setelah mengedit seluruh video dari *Adobe Premiere Pro CC 2017* menjadi *format video* yang telah ditentukan yaitu *Full HD 1920 x 1080*, *Frame Rate 25 fps*. Selanjutnya hasil *export video* akan di *burning* ke DVD dan selanjutnya akan di *upload* ke dalam situs pemutar video yaitu *Youtube* dan sosial media.

f) Segmen Pasar

Segmen pasar merupakan target pasar yang akan dituju. Untuk jangkauan luasnya yakni masyarakat umum dan untuk jangkauan sempitnya yakni calon siswa baru, siswa transfer dan relasi sekolah tertentu. Diharapkan *video profile* ini mencapai target pasar yaitu meningkatnya *persentase* minat masyarakat sebesar 20% - 25% calon siswa baru yang ingin bergabung di SMA Permata Insani ini.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yakni : 1) Media sistem informasi yang tepat untuk menginformasikan keunggulan-keunggulan SMA Permata Insani ialah dengan media sistem informasi berbentuk *Video Profile*, dikarenakan *video profile* memiliki daya tarik audio visual sebagai bentuk upaya mempromosikan SMA Permata Insani sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat serta mendukung pencapaian target perolehan calon siswa baru setiap tahunnya. 2) Hasil akhir penelitian ini berupa media sistem informasi dalam bentuk *video profile* yang menggunakan aplikasi Adobe Creative Cloud dengan variannya yang berupa: *Adobe Premiere Creative Cloud*, *Adobe After Effects Creative Cloud* dan *Adobe Audition Creative Cloud* sehingga *video profil*nya dapat dikemas dengan menarik agar dapat memudahkan pihak *management* dan *marketing* SMA Permata Insani dalam melakukan presentasi terhadap para orangtua, calon siswa baru serta masyarakat umum secara luas.

5. SARAN

Adapun saran dari penelitian ini, yakni: 1) Disarankan agar SMA Permata Insani dapat menggunakan media sistem informasi berbentuk video *profile* ini dalam setiap promosi sekolahnya dan dapat juga mengunggahnya pada media sosial sekolah agar masyarakat umum secara luas mengetahui keberadaan dan keunggulan dari SMA Permata Insani. 2) Disarankan untuk selalu memperbaharui (*update*) informasi yang terkait dengan SMA Permata Insani serta terus melakukan pengembangan media sistem informasi berbentuk *video profile*-nya agar performa SMA Permata Insani lebih meningkat lagi di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, Fadhly. Danar Adhiguna dan Agus Sevtiana. 2017. Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STMIK CIC Dengan Teknik *Motion Graphic* Menggunakan Perangkat Lunak Komputer *Graphic*. Cirebon : STMIK Catur Insan Cendekia Cirebon. Jurnal Digit. ISSN:2088-589X Vol.7 No.1 : 75-76.
- [2] Wulandari, Ria. Achmad Rachmat dan Bobby Aditya. 2018. Promosi dan Informasi Pada Media Video Profile SMA Mandiri Balaraja. Tangerang: STMIK Raharja. CICES *Journal*. ISSN: 2356-5209. Vol. 4 No. 2.
- [3] Palguna, Kadek Dwi Yoga Adi. I Made Gede Sunarya dan I Made Putrama. 2016. Pengembangan Media Promosi Berbasis Aransemen Musik Dan Video Profil Jurusan Pendidikan Teknik Informatika. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. *Journal KARMAPATI*. Vol. 5 No. 1 : 3.
- [4] Maulani, Giandari. Citra Jessycha dan Deni Erlangga Saragih. 2018. Video Promosi Untuk Program Acara *Crazy Challenge* Mnc Channel-Indovision Dengan Adobe Premiere Pro. Yogyakarta : Universitas AMIKOM Yogyakarta. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2018. ISSN : 2302-3805. Vol. 2 No. 11.
- [5] Apriani, Desy. Rosdiana dan Asriyani. 2018. Sarana Promosi dan Informasi Sebagai Video Profile SMK Yuppentek 2 Curug Kabupaten Tangerang. Tangerang: STMIK Raharja. CICES *Journal*. ISSN: 2356-5209. Vol. 4 No. 2.
- [6] Fong, Yang Lai. Dyuty Firoz and Wan Idros Wan Sulaiman. 2017. *The Impact Of Tourism Advertisement Promotial Videos On Young Adults*. *Journal of social sciences and humanities*. Vol. 12 No. 3 : 1.
- [7] Kim, Jung Hee. Seung Ae Lim. And, Hak Hyun Choi. 2016. *An Efficient Expression Technique For Promotional Video Production Based On IoT (the internet of things) In Cultural Art Institutions*. *Journal Multimedia tools and applications*. Vol. 75 No. 22 : 14111.
- [8] Anastasia, Karagiannopoulou. Papadopoulos Andreas and Stefanos Armakolas. 2017. *Video Creation and Social Networking Educational Environment*. *Bohemia : University of West Bohemia. a case study of pre-service teacher training in ASPETE Patras*. ISBN: 978-80-261-0710-1.
- [9] Muslina. Abdul Halim. Dan Ibnu Khaldun. 2017. Kelayakan Media Animasi Hukum Newton II Tentang Gerak Pada Bidang Miring Dan Katrol Di SMA kabupaten Aceh Besar. Banda Aceh :Universitas Syiah Kuala. *Journal IPA Pembelajaran IPA (JIPI)*. Vol. 1 No.1 : 65
- [10] Triyono, Diah minarsih, Dwi oktavia. 2018. Perancangan sistem informasi *Booking* buku berbasis *Web* pada Perpustakaan SMK Pancakarya Tangerang. Universitas Raharja. *Jurnal SENSI* volume 4 No.1 Februari 2018.

- [11]Sunarya, Lusyani, Della Nuraisa, Firmansyah Agustian. 2017. Video Profile Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Studio 1 PT. Media Televisi Indonesia (Metro T V). Volume 3 No.1.
- [12]Martina, Nyayu Khodijah dan Syamubi.2019. Pengaruh Lingkungan Sekolah terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 9 Tulung Selapan Kabupaten Oki. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang. Jurnal PAI Raden Fatah. P-ISSN: 2656-1549 Vol.1,No.2 : 165.
- [13]Solusi. 2018. 5 Hal menarik yang bisa anda buat dengan Adobe Creative Cloud. Diakses pada 13 Desember 2019 dari: <https://www.solusi.com/hal-menarik-yang-bisa-anda-buat-dengan-adobe-creative-cloud/>, Desember 2019.