

Media Video Profile Pada Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan Kabupaten Tangerang

Eka Purnama Harahap¹, Luthfya Miranda ^{*2}, Rakha Zuhdi Zein³, Pratama Sajati⁴

¹²³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi,

Universitas Raharja Tangerang, Indonesia

Email: ¹ ekapurnamaharahap@raharja.info, ^{*2} luthfya@raharja.info, ³ rakha@raharja.info,

⁴ pratama.sajati@raharja.info

Abstrak

Promosi memiliki peran krusial dalam dunia pendidikan saat ini, termasuk di Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan yang menawarkan program pendidikan tingkat SMP, SMA, dan SMK. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat calon santri serta individu yang tertarik untuk mendaftar. Salah satu kendala yang dihadapi adalah terbatasnya media promosi yang tersedia, seperti spanduk, brosur, dan konten di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, yang umumnya hanya berisi dokumentasi foto acara. Minimnya video profil menjadi kendala dalam memberikan informasi yang lengkap, terkini, dan menarik. Selain itu, pandemi COVID-19 juga berdampak negatif terhadap jumlah pendaftar, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang lebih kreatif, termasuk pembuatan video profil. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data, analisis SWOT, serta pembuatan materi promosi dengan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe After Effects Pro CC 2015, Adobe Premiere Pro CC 2015, dan Adobe Photoshop Pro CC 2015, dengan pendekatan Konsep Produksi Media (KPM). Diharapkan video profil yang dibuat dapat menyampaikan informasi secara lebih menarik, lengkap, dan relevan, sehingga mampu meningkatkan visibilitas pesantren dan menarik lebih banyak pendaftar di masa depan.

Kata Kunci – Video Profil, Promosi, Pesantren

Abstract

Promotional strategies play a crucial role in the modern educational sector, particularly for Al-Multazam Sepatan Islamic Boarding School, which provides programs for middle school, high school, and vocational education. This study aims to attract prospective students and those considering enrollment. A major obstacle is the limited promotional materials available, such as banners, brochures, and content on platforms like YouTube, Instagram, and Facebook, which primarily focus on event photo documentation. The lack of a profile video restricts the school's ability to present thorough, up-to-date, and engaging information. Furthermore, the COVID-19 pandemic has caused a drop in enrollment, highlighting the necessity for innovative marketing strategies, particularly through profile videos. The research methodology involves data collection, SWOT analysis, and the development of promotional media using Adobe After Effects Pro CC 2015, Adobe Premiere Pro CC 2015, and Adobe Photoshop Pro CC 2015, guided by the Media Production Concept (KPM). The profile video is designed to effectively convey detailed, engaging, and contemporary information about the school. This strategy is expected to increase the school's visibility in the community, drawing greater interest and enrollment each year.

Keywords – Profile Video, Promotion, Islamic Boarding School

1. PENDAHULUAN

Media promosi kini memiliki peran penting dalam mendukung penyebaran informasi dan pemasaran di lembaga pendidikan. Sebagai elemen dari strategi pemasaran, promosi berfungsi untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan audiens tentang suatu produk.

Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan, yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al-Multazam Tanah Merah, memerlukan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan efektif, terutama melalui penggunaan media video. Pesantren ini, beralamat di Jl. Kb. Nangka No.89, Pd. Jaya, Kec. Sepatan, Kabupaten Tangerang, Banten, menawarkan pendidikan berbasis salafi modern. Dengan mengombinasikan pendekatan tradisional dan metode pendidikan terkini, pesantren ini berupaya memenuhi kebutuhan siswa dalam lingkungan yang terus berkembang, [1].

Kurikulum pesantren ini mencakup mata pelajaran umum dan agama untuk jenjang SMP, SMA, dan SMK. Fasilitas yang tersedia meliputi asrama, kantin, masjid, ruang praktikum, gedung sekolah, serta perpustakaan. Selain itu, pesantren juga menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler, seperti OSIS, paskibra, marawis, dan tari. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pesantren ini adalah minimnya media promosi yang terkini, [2].

Saat ini, Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan melakukan promosi melalui media cetak serta platform digital seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Namun, efektivitas dan kreativitas promosi ini masih dinilai kurang optimal [3]. Berdasarkan wawancara dengan para pemangku kepentingan, terjadi penurunan jumlah pendaftar sejak pandemi *COVID-19*, yang menunjukkan perlunya strategi promosi yang lebih inovatif dan menarik untuk dapat menjangkau calon siswa secara lebih luas.

Berdasarkan analisis tersebut, diperlukan strategi pemasaran berupa video profil yang menyajikan informasi lengkap tentang Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan. Video ini akan mencakup profil pesantren, visi dan misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, prestasi, kegiatan ekstrakurikuler, serta aktivitas lainnya di pesantren. Rencana implementasi video ini akan dilakukan melalui platform *YouTube* dan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat, khususnya calon santriwan dan santriwati. Dengan adanya media promosi ini, diharapkan pesantren dapat menyampaikan informasi secara lebih lengkap, menarik, dan terkini, serta berkontribusi pada peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Pengumpulan Data yaitu Observasi, Wawancara, Studi pustaka, (2) Konsep Produksi Media: pra produksi, produksi dan pasca produksi serta (3) Perancangan media menggunakan *software* seperti *Adobe After Effect pro CC 2015*, *Adobe Premiere pro CC 2015* dan *Adobe Photoshop proCC 2015*.

2.2. Literature Review

Daftar referensi ini merangkum berbagai penelitian yang berfokus pada pengembangan video profil sebagai media promosi di berbagai institusi, mulai dari sekolah, pondok pesantren, hingga perusahaan. Setiap penelitian menyajikan solusi kreatif dalam mempromosikan entitas tertentu melalui audio visual, memperkuat strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif. Teknik seperti *motion graphic*, *dubbing*, dan multimedia sering digunakan untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas promosi.

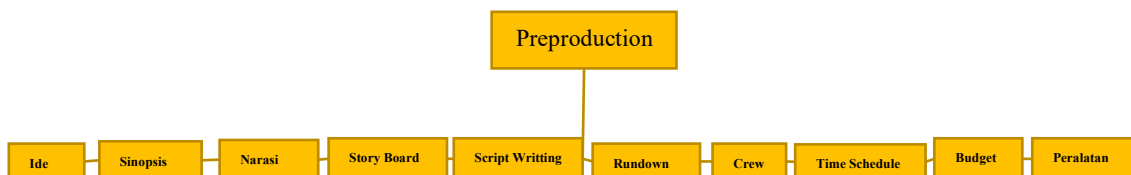
1. Huda Dkk. (2023) , "Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren" menekankan pentingnya video profil untuk memperluas jangkauan promosi di Pondok Pesantren.[4]
2. MRR Tiyas Maheni Dkk. (2022) "Konsep Visual Video Profil Sebagai Media Promosi Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta." merancang video profil untuk program studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.[5]
3. Jasmine & Redito (2020) "Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry (*The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry*). " meneliti bagaimana video company profile dapat meningkatkan promosi PT Avoir Industry.[6]

4. Utomo (2020) ."Video profil SMK Animasi Bina nusantara batam berbasis motion graphic." mengembangkan video profil berbasis motion graphic untuk SMK Animasi Bina Nusantara Batam.^[7]
5. Widayanto (2021) "Pembuatan Video Profil Objek Wisata Rawatirta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Sumberkedawung Leces Probolinggo" membuat video profil objek wisata Rawatirta untuk meningkatkan kunjungan wisatawan melalui *YouTube*.^[8]
6. Ichfan (2023) "Video Profil Universitas Teknologi Akba Makassar Berbasis Multimedia" menunjukkan kesuksesan video profil multimedia sebagai alat promosi untuk Universitas Teknologi Akba Makassar.^[9]
7. Annashri dan Sandi (2021) "Perancangan Media Video *Company Profile* " LPK Logika Internasional". memproduksi video profil untuk LPK Logika Internasional sebagai sarana informasi dan promosi.^[10]
8. Apriansyah (2022) "Video *Profile* Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram Desa Rantau Nipis Kec. Banding Agung Oku Selatan" mengeksplorasi pembuatan video untuk destinasi wisata Arung Jeram di Desa Rantau Nipis.^[11]
9. Safenthi (2023) "Perancangan Template Video Profil Sebagai Media Promosi dengan Teknik Motion Graphic" merancang template video profil dengan teknik motion graphic untuk promosi fitness di GOR Bimo Seno.^[12]
10. Sunarya Dkk. (2021) "Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang" menghasilkan video profil Balai Latihan Kerja di Kota Tangerang untuk meningkatkan kualitas SDM.^[13]
11. Valentino dan Muhamad (2020) "Perancangan Video *Company Profile* pada Hotel de Java Bandung" merancang video *company profile* untuk Hotel de Java Bandung menggunakan *Adobe Premiere Pro CC*.^[14]
12. Mustopa dan Aldi (2023) "Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis *Motion graphic* " mencatat keberhasilan video profil CV. Bumi Raya Sekata berbasis *motion graphic*.^[15]
13. Santoso dan Maya (2021) "Implementasi *Website Company Profile* Sebagai Media Sistem Informasi Pemasaran dan Pengenalan Sekolah Secara *Online* Saat Pandemi" mengimplementasikan *website company profile* sebagai media pemasaran dan pengenalan sekolah *online*.^[16]
14. Utami dan Hendi (2022) "Penerapan Metode *MDLC* pada Perancangan Video *Profile* Sekolah Advent Mision Sagulung." menerapkan metode *MDLC* untuk merancang video profil Sekolah Advent Mission Sagulung. ^[17]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Pra produksi*

Pre-production adalah fase perancangan video yang melibatkan beberapa langkah, seperti: menentukan ide atau konsep, membuat sinopsis, menyusun narasi, menggambar sketsa atau *storyboard*, menulis skrip, merencanakan *rundown*, dan memilih kru yang akan terlibat dalam proses produksi. Selain itu, tahap ini juga mencakup penyusunan jadwal, penetapan anggaran, serta persiapan peralatan yang akan digunakan untuk produksi video profil. Berikut adalah 10 langkah yang termasuk dalam *pre-production*:



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Ide atau gagasan dikembangkan berdasarkan ruang lingkup penelitian yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait. Gagasan ini kemudian dituangkan menjadi narasi dalam video profil, dengan konsep yang menarik dan dikemas menggunakan elemen audio-visual, musik, suara latar, serta efek visual. Tujuan dari semua ini adalah untuk menarik minat calon santriwan dan santriwati, serta masyarakat, sehingga mereka memperoleh informasi, merasa tertarik untuk bergabung, dan mendaftar.

2. Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan dari cerita sebuah produksi video yang berfungsi sebagai inti dari narasi yang disajikan. Sinopsis harus disusun secara singkat, padat, dan jelas, tanpa menghilangkan elemen-elemen penting dari keseluruhan narasi. Berikut adalah sinopsis dari media video profil yang berperan sebagai alat promosi untuk Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 1. Sinopsis

Sinopsis
<i>"Pada awal video menampilkan bumper opening logo Pondok Pesantren Al- Multazam Sepatan, lalu menampilkan gerbang pondok pesantren, kemudian menampilkan motion graphic alamat pesantren, menampilkan lingkungan pondok pesantren, menampilkan suasana pondok pesantren, setelah itu menampilkan lima panca jiwa pondok, menampilkan visi dan misi pondok pesantren, lalu menampilkan halaman sekolah, kemudian menampilkan keunggulan pesantren, setelah itu menampilkan fasilitas yang ada di pondok pesantren seperti gedung asrama santriwan/wati, masjid, kantin, gedung sekolah SMP, SMA dan SMK, ruang kelas, lab komputer, dan perpustakaan. Setelah itu menampilkan kegiatan yang ada di pondok pesantren seperti sholat berjamaah, mengaji kitab kuning, mengaji alquran. dan menampilkan ekstrakurikuler OSIS, Paskibra, marawis, tari dan menampilkan kegiatan keterampilan, setelah itu menampilkan prestasi pesantren, menampilkan ulasan santriwan/wati, menampilkan ajakan untuk bergabung di Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan dan yang terakhir menampilkan bumper logo alamat, sosial media pesantren."</i>

3. Narasi

Narasi adalah susunan ide cerita atau tulisan yang dirancang untuk mempermudah proses dubbing suara, sehingga dapat disesuaikan dengan alur cerita saat proses mixing. Narasi ini membantu memastikan bahwa pesan disampaikan dengan jelas dan sesuai dengan struktur yang diinginkan. Berikut adalah narasi dubbing (*voice over*) yang digunakan dalam video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 2. Narasi

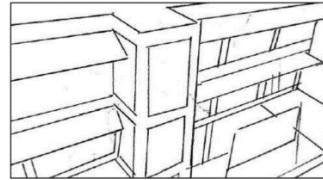
Narasi
<i>Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan/ berlokasi di Jalan Kebon Nangka Nomor delapan puluh enam/ Sepatan/ Tangerang/ merupakan pesantren dengan sistem boarding school yang mengintegrasikan kurikulum nasional dan pesantren// Berdiri sejak tujuh belas Oktober seribu sembilan ratus sembilan puluh enam/ di bawah naungan Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al-Multazam Tanah Merah// Pesantren ini menawarkan pendidikan berbasis salafi modern dengan jenjang SMP/ SMA/ dan SMK (jurusan TKJ dan Akuntansi)// Mengedepankan lima panca jiwa—Islamiyah/ Ilmiah/ Amaliah/ Istiqomah/ dan Qona'ah// Pesantren ini memiliki akreditasi B/ program bahasa Arab dan Inggris/ serta pembelajaran kitab kuning// Fasilitas lengkap mencakup asrama/ masjid/ ruang kelas/ laboratorium/ dan perpustakaan// Kegiatan unggulan meliputi shalat berjamaah/mengaji/ dan ekstrakurikuler seperti OSIS/ paskibra/ dan seni// Dengan visi mencerdaskan bangsa melalui pendidikan seimbang/ Al-Multazam terus berprestasi di bidang akademik dan non-akademik/ Untuk informasi lebih lanjut/ kunjungi media sosial resmi pesantren.</i>

4. Storyboard

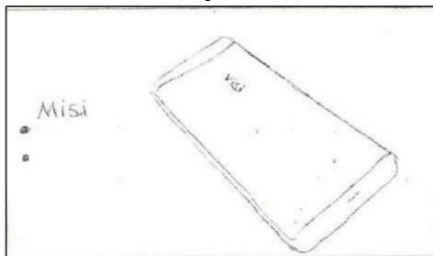
Storyboard adalah serangkaian sketsa gambar yang berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan gambar. Sketsa ini membantu mengembangkan elemen visual dalam video, memastikan bahwa setiap adegan sejalan dengan alur cerita dan pesan yang ingin disampaikan. Berikut adalah tampilan storyboard yang dibuat menggunakan sketsa pensil untuk video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:



Gambar 2. *Scene 1/ Menampilkan Bumper Opening Logo Pesantren Al-Multazam Sepatan*



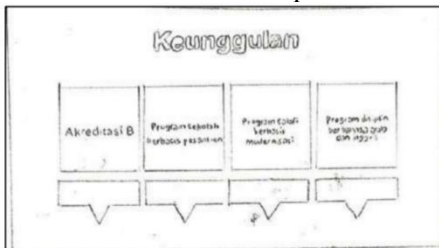
Gambar 3. *Scene 2/ EXT/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan gedung Pesantren Al- Multazam Sepatan*



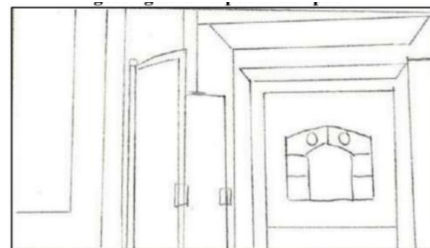
Gambar 4. *Scene 3/ Menampilkan motion graphic Visi Misi Pondok Pesantren Al- Multazam Sepatan*



Gambar 5. *Scene 4/ Menampilkan Motion Graphic Jenjang pendidikan*



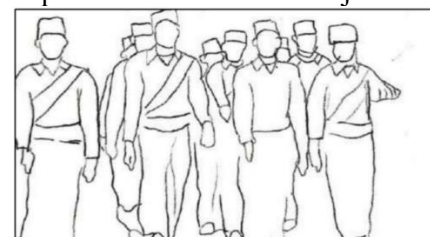
Gambar 6. *Scene 5/ Menampilkan motion graphic keunggulan pesantren*



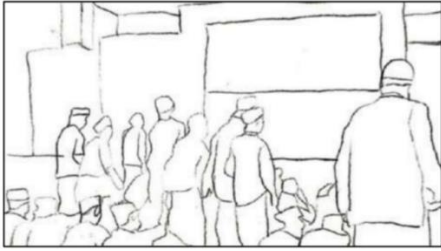
Gambar 7. *Scene 6/ INT/ Day/ medium shot/ Menampilkan video fasilitas Masjid*



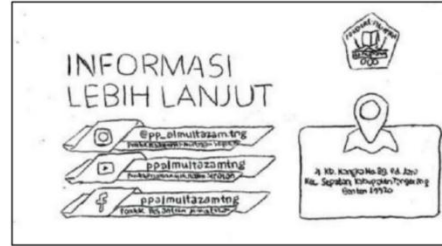
Gambar 8. *Scene 7/INT/Day/Medium shot/ Menampilkan video piagam prestasi pesantren*



Gambar 9. *Scene 8/ Ext/Day/ Medium Shot/ Menampilkan kegiatan Ekstrakurikuler Paskibra*



Gambar 10. Scene 9/ INT/ Day/ Objective Camera Angle/Menampilkan video kegiatan sholat berjamaah di masjid



Gambar 11. Scene 10/ Menampilkan closing bumper logo, alamat, sosial media

5. Script Writing

Script writing adalah proses penulisan naskah secara rinci, yang mengembangkan ide dan gagasan dari sinopsis menjadi sebuah cerita yang menarik dan mudah dipahami. Naskah ini mencakup dialog, narasi, serta petunjuk teknis untuk pembuatan video. Berikut adalah *script writing* untuk video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 3. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1	Menampilkan <i>Bumper Opening Logo</i> Pesantren AL-Multazam Sepatan	<i>Music</i>
2	Menampilkan Gedung Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	<i>“Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh//Selamat datang di Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan//</i>
3	Menampilakan Motion graphic alamat Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	<i>Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan terletak di jalan kebon angka Nomor Delapan Puluh Enam/ Pondok Jaya Kecamatan Sepatan/ Kabupaten Tangerang//</i>
4	Menampilkan Lingkungan Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan (Menjelaskan Profil)	<i>Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan ini di naungi oleh Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al-Multazam Tanah Merah/ berdiri pada tanggal tujuh belas oktober tahun seribu enam/ didirikan oleh kyai haji badrsolihin M//Si/ dengan system Boarding school Menyelenggarakan Kurikulum Terpadu antara Bidang Studi Umum</i>
		<i>(Kurikulum Departemen Pendidikan Nasional) dan Bidang Studi Agama (Kurikulum Pesantren/ dengan tetap mengedepankan ciri khas ke Pondok Pesantren Al-Multazam //</i>
5	Menampilkan suasana Pondok Pesantren Al-Multazam Menjelaskan Latar Belakang Pondok pesantren	<i>Kini Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan, ikut serta berpiprah untuk masyarakat dalam rangka mencerdaskan anak bangsa dalam suatu system Pendidikan dengan memujudkan keselarasan/keseimbangan/ dan Keserasian</i>

6	Menampilkan motion graphic lima panca jiwa Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	<i>Sesuai dengan lima panca jiwa pondok yaitu// Islamiyah/ Ilmiah/ Amaliah/ Istiqomah/ dan Qona'ah//</i>
7	Menampilkan Gedung SMP, SMA, dan SMK Pondok Pesantren Al-Multazam	<i>Pesantren ini memiliki tiga jenjang pendidikan, yaitu SMP, SMA, dan SMK dengan jurusan TKJ serta Administrasi Perkantoran atau Akuntansi//</i>
8	Menampilkan fasilitas utama Pondok Pesantren Al-Multazam	<i>Pesantren ini memiliki fasilitas lengkap seperti gedung asrama putra dan putri, masjid, kantin, ruang kelas, laboratorium komputer, dan perpustakaan//</i>
9	Menampilkan kegiatan pokok seperti sholat berjamaah dan mengaji Al-Qur'an	<i>Kegiatan pokok di pesantren ini meliputi shalat berjamaah, mengaji kitab kuning, dan mengaji Al-Qur'an//</i>
10	Menampilkan kegiatan ekstrakurikuler dan prestasi pesantren	<i>Selain kegiatan pokok, pesantren ini juga menawarkan kegiatan ekstrakurikuler seperti OSIS, paskibra, marawis, tari, dan panggung kreasi/ serta memiliki prestasi di berbagai bidang//</i>

6. *Rundown*

Rundown berisi penjelasan rinci mengenai urutan pengambilan gambar dan proses pengeditan berdasarkan setiap scene dalam produksi video. *Rundown* ini memastikan bahwa setiap tahap berjalan sesuai jadwal dan mengikuti alur yang telah ditetapkan. Berikut adalah *rundown* untuk video profil sebagai bagian dari promosi Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 4. *Rundown*

No	Scene	Location	INT/EXT	Duration	Description
1	1	Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	EXT	00:00:12 - 00:00:18	Menampilkan <i>Bumper Opening Logo</i> Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan
2	2	Lingkungan Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	EXT	00:00:30 - 00:01:01	Menampilkan gedung Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan
3	3	Lingkungan Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	EXT	00:01:02 - 00:01:17	Menampilkan <i>motion graphic</i> Visi Misi Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan
4	4	Depan Gedung Asrama Putra dan Putri	EXT	00:02:03 - 00:02:07	Menampilkan <i>Motion Graphic</i> Jenjang pendidikan
5	5	Depan Gedung sekolah SMP, SMA, dan SMK	EXT	00:02:12 - 00:02:14	Menampilkan <i>motion graphic</i> keunggulan pesantren
6	6	Lapangan Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	EXT	00:02:44 - 00:02:45	Menampilkan video fasilitas Masjid
7	7	Dalam masjid Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	INT	00:02:08 - 00:02:09	Menampilkan video piagam prestasi pesantren

8	8	Dalam Masjid pondok Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	INT	00:02:27 - 00:02:26	Menampilkan kegiatan Ekstrakurikuler Paskibra
9	9	Dalam masjid Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	INT	00:02:27 - 00:02:28	Menampilkan video kegiatan sholat berjamaah di masjid
10	10	Dalam masjid Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan	INT	00:02:29 - 00:02:31	Menampilkan <i>closing bumper</i> logo, alamat, sosial media

7. Penyusunan Crew

Dalam proses perancangan video profil, penyusunan kru menjadi aspek penting yang memastikan kelancaran pengambilan gambar dan produksi secara keseluruhan. Berikut adalah susunan kru yang terlibat dalam pembuatan video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 5. Penyusunan Crew

No	Jabatan	Nama
1	<i>Sutradara</i>	Luthfiya Miranda
2	<i>Cameramen</i>	Luthfiya Miranda
3	<i>Asisten Cameramen</i>	Muhammad Taufan Gunasri
4	<i>Pilot Drone</i>	Muhammad Taufan Gunasri
5	<i>Editor</i>	Luthfiya Miranda
6	<i>Script writer</i>	Luthfiya Miranda
7	<i>Dubber</i>	Maulani Shiva Amalia
8	<i>Talent</i>	Guru dan Santriwan/wati

8. Time Schedule

Time schedule dibuat untuk merencanakan waktu yang diperlukan dalam menyelesaikan setiap tahap pembuatan video profil. Jadwal ini memastikan bahwa semua proses berjalan tepat waktu dan terkoordinasi dengan baik. Berikut adalah *time schedule* untuk pembuatan video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan:

Tabel 6. Time Schedule

Tahapan	Feb 2022	Mar 2022				Apr 2022				Mei 2022				Jun 2022				Jul 2022				Ags 2022	
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Pre production	Pengajuan																						
	Observasi																						
	Pengumpulan Data																						
	Analisis Data																						
	Ide/Gagasan																						
	Sinopsis																						
	Narasi																						
	Storyboard																						
	Script Writing																						
	Rundown																						
	Penyusunan Crew																						
	Time Schedule																						
	Anggaran/Budget																						
	Setting alat																						
Production	Perencanaan Multimedia																						
	Perencanaan Audio																						
	Perencanaan Visual																						
	Perencanaan Broadcasting																						
Post Production	Digitizing																						
	Editing																						
	Mixing																						
	Finishing																						
	Exporting																						
	Segmen Pasar																						

9. Anggaran atau Budget

Anggaran atau budget produksi mencakup rincian biaya yang diperlukan selama proses pembuatan video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan. Berikut adalah rincian anggaran yang telah dikeluarkan:

Tabel 7. Anggaran atau *Budget*

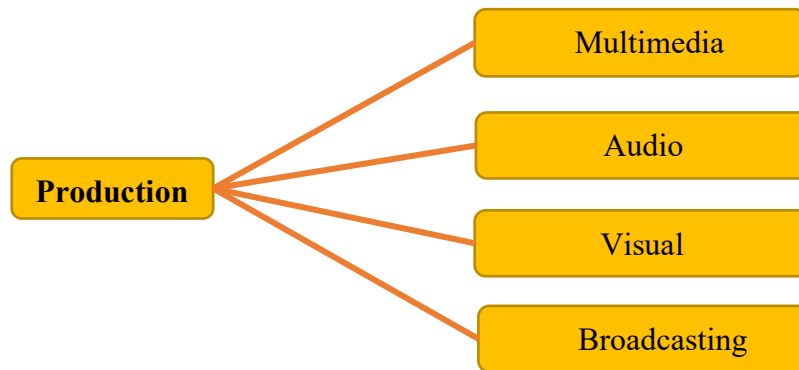
No	Alat Produksi	Keterangan	Jumlah	Hari	Biaya Produksi
1	Survey Lokasi dan Observasi	-	-	5 Hari	@40.000 x 5 hari = Rp 100.000
2	Camera Sony A6400	Sewa	1	4 Hari	@300.000 x 4 hari = Rp 1.200.000
3	PC intel core i3 Gen6	Milik Pribadi	1	6 Bulan	-
4	SSD sandisk	Milik pribadi	1	6 Bulan	-
5	Gimbal Zhiyun Crane M2	Sewa	1	4 hari	@250.000 x 4 hari = Rp 1.000.000
6	Drone Dji Mavic Mini	Sewa	1	3 Hari	@300.000 x 3 hari = Rp 900.000
7	Handpone	Milik Pribadi	1	6 Bulan	-
8	Microphone External	Sewa	1	2 Hari	@20.000 x 2 hari = Rp 40.000
9	Wifi	Sewa	1	6 Bulan	@250.000 x 6 bulan = Rp 1.750.000
10	Dubber	Sewa Jasa	1	2 Hari	@100.000 x 2 hari = Rp 200.000
11	Konsumsi dan Transportasi	Beli	2	4 Hari	@100.000 x 4 hari = Rp 400.000
12	DVD, Label, dan Casing	Beli	2	-	@15.000 x 2 = Rp 30.000
13	Adobe Premiere Pro CC 2015	Free Download	1	1 Bulan	-
14	Adobe After Effect Pro CC 2015	Free Download	1	1 Bulan	-
15	Adobe Photoshop Pro CC 2015	Free Download	1	1 Bulan	-
Total					Rp. 5.470.000

10. Peralatan yang digunakan

Peralatan yang digunakan dalam perancangan video *profile* ini yaitu *Camera Sony A6400, PC Intel Core i3 Gen6, SSD Sandisk 64GB Extreme, Gimbal Zhiyun Crane M2, Drone Dji Mavic Mini, Microphone External, Handphone, DVD, Label, Casing, Adobe Premiere pro CC 2015, Adobe After Effect pro CC 2015 dan Adobe Photoshop pro CC 2015.*

3.2 Production

Production adalah tahap utama dalam proses pembuatan video profil di mana pengambilan gambar atau video dilakukan dengan kerja sama tim yang baik agar seluruh proses *shooting* berjalan lancar. Pada tahap ini, semua perencanaan dari *pre-production* diterapkan dalam bentuk visual dan audio. Tahap produksi melibatkan empat aspek penting yaitu perencanaan multimedia, audio, visual, dan *broadcasting*. Berikut adalah penjabaran dari setiap tahap dalam proses produksi:



Gambar 12. *Production*

1. Program Visual

Program visual yang digunakan dalam pembuatan video profil Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan melibatkan berbagai *software* pengolah video untuk menciptakan efek visual yang menarik dan profesional. Berikut adalah *software* yang digunakan beserta fungsinya:

a. *Adobe Premiere Pro CC 2015*

Software ini digunakan untuk melakukan pengeditan video utama, seperti memotong, menyusun, dan menggabungkan klip video yang telah direkam. *Adobe Premiere Pro* juga digunakan untuk menambahkan transisi, teks, dan mengatur durasi video sesuai dengan *storyboard* yang sudah dibuat.

b. *Adobe After Effects CC 2015*

Software ini digunakan untuk membuat dan menerapkan efek visual dinamis dalam video. *Adobe After Effects* memungkinkan pembuatan animasi, *motion graphics*, serta berbagai efek yang meningkatkan daya tarik visual video profil. Efek seperti logo animasi, teks yang bergerak, dan transisi yang halus bisa dihasilkan dari *software* ini.

c. *Adobe Photoshop CC 2015*

Digunakan untuk mengedit dan memanipulasi gambar yang mungkin digunakan dalam video. *Photoshop* digunakan untuk membuat elemen grafis seperti logo, teks, dan visual lainnya yang diintegrasikan ke dalam video profil.

Software-software ini bekerja bersama untuk menghasilkan video profil yang profesional, informatif, dan menarik. Setiap elemen dalam video dirancang agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan menarik mengenai Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan, mulai dari fasilitas, program pendidikan, hingga kehidupan sehari-hari di pesantren.



Gambar 13. *Scene 1/ Menampilkan Bumper Opening Logo Pesantren Al-Multazam Sepatan*



Gambar 14. *Scene 2/ EXT/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan gedung Pesantren Al- Multazam Sepatan*



Gambar 15. Scene 3/ Menampilkan *motion graphic* Visi Misi Pondok Pesantren Al- Multazam Sepatan



Gambar 16. Scene 4/ Menampilkan *Motion Graphic* Jenjang pendidikan



Gambar 17. Scene 5/ Menampilkan *motion graphic* keunggulan pesantren



Gambar 18. Scene 6/ INT/ Day/ medium shot/ Menampilkan video fasilitas Masjid



Gambar 19. Scene 7/INT/Day/Medium shot/ Menampilkan video piagam prestasi pesantren



Gambar 20. Scene 8/Ext/Day/ Medium Shot/ Menampilkan kegiatan Ekstrakurikuler Paskibra



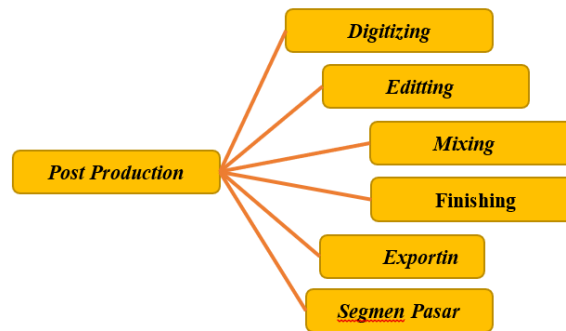
Gambar 21. Scene 9/ INT/ Day/ Objective Camera Angle/Menampilkan video kegiatan sholat berjamaah di masjid



Gambar 22. Scene 10/ Menampilkan *closing bumper* logo, alamat, sosial media

3.3. Post Production

Post production adalah tahap akhir dalam pembuatan video, di mana semua elemen yang telah direkam disusun dan diedit untuk menghasilkan video akhir. Proses ini meliputi:



Gambar 22. *Post Production*

1. *Digitizing*
Digitizing merupakan Proses mengubah semua rekaman video dari format analog ke format digital. Hal ini memungkinkan *editor* untuk mengakses dan mengolah klip video dengan lebih mudah dan efisien.
2. *Editing*
Editing Pada tahap ini, *editor* melakukan pengeditan klip video dengan memotong, menggabungkan, dan menyusun urutan video sesuai dengan alur cerita yang telah ditentukan. Pengeditan juga mencakup penambahan transisi dan efek visual untuk meningkatkan kualitas video.
3. *Mixing*
Mixing merupakan Proses mencampur semua elemen audio, termasuk dialog, musik latar, dan efek suara, agar selaras dengan visual. *Mixing* dilakukan untuk memastikan kualitas audio yang jernih dan seimbang, sehingga penonton dapat menikmati pengalaman menonton yang lebih baik.
4. *Finishing*
Finishing merupakan Tahap ini melibatkan penyesuaian akhir pada video, termasuk koreksi warna, pengaturan cahaya, dan perbaikan detail kecil. *Finishing* bertujuan untuk memberikan tampilan profesional pada video sebelum dipublikasikan.
5. *Exporting*
Tahap *Exporting* merupakan tahapan terakhir dalam proses pembuatan video setelah melakukan proses *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing* kemudian di *export* menggunakan *software Adobe Premiere CC 2015*, yang sekiranya sudah sesuai dengan apa yang diinginkan, kemudian format dan kualitas yang dipakai sesuai dengan yang diinginkan oleh pesantren yaitu berkualitas *Full HD 1920x1080*. Hasil *render* ini akan di *upload* ke dalam *YouTube* “ppalmultazamtng” dan media sosial *Instagram* “@pp_almultazam.tng”, serta *Facebook* “ppalmultazamtng”.
6. *Segmen Pasar*
Mengidentifikasi dan menganalisis target audiens untuk video profil yang dihasilkan. Segmen pasar penting untuk menentukan strategi distribusi dan promosi video, sehingga dapat menjangkau calon santri dan masyarakat luas dengan lebih efektif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konsep video yang efektif dalam menarik minat santriwan/wati dan masyarakat di Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan adalah video yang menggabungkan elemen audio visual, termasuk voice over yang informatif dan musik latar yang mendukung. Selain itu, tampilan visual berkualitas High Definition (HD) dengan efek visual yang kreatif juga berperan penting dalam menciptakan daya tarik bagi calon santriwan/wati untuk mendapatkan informasi dan mendaftar.

Strategi pemasaran yang diterapkan untuk mempromosikan Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan melibatkan pembuatan video profil yang akan diunggah di YouTube (channel “ppalmultazamtng”) dan media sosial Instagram (“pp_almultazam.tng”). Video ini akan digunakan dalam berbagai kegiatan promosi agar masyarakat dan calon santriwan/wati dapat memperoleh informasi lengkap tentang pesantren.

Target dari media video profil ini adalah membantu Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan dalam menyampaikan informasi mengenai profil pesantren, visi misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, prestasi, ekstrakurikuler, dan kegiatan yang ada. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan jumlah penerimaan santriwan/wati setiap tahunnya.

5. SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan kepada Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan Kabupaten Tangerang untuk meningkatkan media informasi dan promosi:

Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan disarankan untuk mengembangkan media promosi melalui video yang menarik dengan elemen audio visual dan animasi guna meningkatkan daya tarik calon santriwan/wati. Selain itu, perluasan jangkauan pemasaran dapat dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram dan *YouTube* untuk memperkenalkan pesantren secara lebih luas. Video profil pesantren juga diharapkan dapat digunakan dalam presentasi penerimaan siswa baru, pertemuan dengan orang tua, serta kegiatan promosi lainnya, sehingga masyarakat dapat mengenal pesantren secara mendalam.

Dengan penerapan saran-saran ini, diharapkan jumlah penerimaan santriwan/wati baru setiap tahunnya dapat meningkat secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. W. S. Sampouw, C. T. M. Manoppo, and I. Rianto, “Pengembangan Video Profil Perusahaan Menggunakan Teknik Dubbing di SMK”, *EduTIK*, vol. 2, no. 2, pp. 224-232, Apr. 2022.
- [2] A. Ernawati, E. Z. . Astuti, and Z. Arifin, “Pembuatan Video Profil dan Penguatan Promosi PMDK Drumblek Ungaran Kabupaten Semarang”, *abdidas*, vol. 3, no. 6, pp. 997 - 1008, Nov. 2022.
- [3] M. I. Wardhani dan M. A. W. Prasetyo, “Penggunaan Action Script pada Video Profil Desa Kedunggede”, *TMJ*, vol. 7, no. 2 October, hlm. 136–147, Agu 2022.
- [4] W. M. Huda, M. Murhadi, and W. T. Saputro, “Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren”, *intek*, vol. 6, no. 1, pp. 77-86, May 2023.
- [5] Anggarini, Anggi, et al. "KONSEP VISUAL VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS POLITEKNIK NEGERI JAKARTA." *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain* 7.2, 175-186, okto 2022.
- [6] Maharani Jasmine, A., and R. Benaya Loen. "Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry (The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry)." *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia* 2.2, 125-132, nov 2020.
- [7] Utomo, Budi Prio. "Video profil SMK Animasi Bina nusantara batam berbasis motion graphic." *Journal of Applied Multimedia and Networking* 4.1, 7-14, nov 2020.
- [8] M. T. Widayanto, M. S. Bahri, and Y. Rahajeng, “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Rawatirta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Sumberkedawung Leces Probolinggo”, *CONSEN*, vol. 1, no. 2, pp. 63-68, Dec. 2021.
- [9] M. Ichfan, “Video Profil Universitas Teknologi Akba Makassar Berbasis Multimedia”, *digitech*, vol. 3, no. 2, pp. 499-504, Oct. 2023.
- [10] Annashri, Robby, and Sandi Justitia Putra. "Perancangan Media Video Company Profile “LPK Logika Internasional”." *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia* 2.4, 190-198, Nov 2021.

- [11] Afta Apriansyah, Mardian Herri Pratama, and Desy Misnawati, “Video Profile Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram Desa Rantau Nipis Kec. Bandung Agung Oku Selatan”, *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 1, no. 1, pp. 80–85, Mar. 2022.
- [12] Wynni Safenthi, “Perancangan Template Video Profil Sebagai Media Promosi dengan Teknik Motion Graphic”, *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 2, no. 1, pp. 233–243, Feb. 2023.
- [13] L. Sunarya, B. Abdurachman, dan P. R. Ningsih, “Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang”, *TMJ*, vol. 5, no. 2 Februari, hlm. 206–219, Jan 2021.
- [14] D. Eko Valentino and M. Jodi Hardiansyah, “Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung”, *TEMATIK*, vol. 7, no. 1, pp. 1-20, Jun. 2020.
- [15] A. Mustopa and A. . Juraidi, “Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis Motion graphic ”, *jacis*, vol. 3, no. 1, pp. 73–80, May 2023.
- [16] A. B. . Santoso and M. U. . Dewi, “Implementasi Website Company Profile Sebagai Media Sistem Informasi Pemasaran Dan Pengenalan Sekolah Secara Online Saat Pandemi”, *abdidas*, vol. 2, no. 4, pp. 859-865, Aug. 2021.
- [17] Utami, Putri, and Hendi Sama. "Penerapan Metode MDLC pada Perancangan Video Profile Sekolah Advent Mision Sagulung." *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 2.5, 443-451.sep.2022.