

**COMPANY PROFILE SD ISLAM KHAIRA UMMAH DALAM MEDIA
AUDIO VISUAL**

JURNAL

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Desain Komunikasi
Visual*



**Oleh:
MUHAMMAD LUTHFIE
NIM. 1106196/2011**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

COMPANY PROFILE HALAMAN PERSETUJUAN JURNAL DALAM MEDIA AUDIO VISUAL

COMPANY PROFILE SD ISLAM KHAIRA UMMAH DALAM MEDIA AUDIO VISUAL

Muhammad Luthfie

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Muhammad Luthfie "Company profile SD Islam Khaira Ummah dalam Media Audio Visual" untuk persyaratan wisuda periode September 2018 dan telah diperiksa disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 20 Agustus 2018

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1

Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.
NIP. 19840909.201404.2.003

Pembimbing 2

Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Seni Rupa

Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

COMPANY PROFILE SD ISLAM KHAIRA UMMAH DALAM MEDIA AUDIO VISUAL

Muhammad Luthfie¹, Dini Faisal², Eliya Pebriyeni³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: airflare10@gmail.com

ABSTRAK

Promosi SD Islam Khaira Ummah yang telah dilakukan melalui media cetak seperti, spanduk, brosur, kalender dan banner. Namun, seiring perkembangan zaman dan teknologi, promosi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sehingga SD Islam Khaira Ummah memerlukan sebuah media yang akan menjangkau audience lebih luas dan mempermudah audience dalam mengaksesnya. Oleh sebab itu perlu dilakukan perancangan media promosi SD Islam Khaira Ummah melalui media audio visual dimana output atau hasil jadinya berupa *video company profile*. *Video company profile* dipilih karena dengan adanya media ini dapat mempermudah audience dalam mengetahui dan memahami apa yang dipromosikan oleh SD Islam Khaira Ummah.

Dalam perancangan *video company profile* SD Islam Khaira Ummah, penulis mengumpulkan data melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah mendapatkan data-data dari SD Islam Khaira Ummah untuk memecahkan masalah-masalah yang ada, maka dari data-data diatas penulis menggunakan analisa SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threat* Karena dengan menggunakan analisa SWOT, penulis dapat membandingkan kekurangan dan kelebihan yang ada pada SD Islam Khaira Ummah tersebut. Tahap produksi dilakukan di SD Islam Khaira Ummah, kamera menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar, mulai dari Aerial Shoot, camera stabilizer dan camera movement..

Perancangan *video profile* SD Islam Khaira Ummah menjadi *video* yang format nya bisa di jalankan oleh *Media Player* atau *Quick Time Player*. Perancangan ini juga didukung oleh media pendukung berupa Kalender, *Cover CD*, *Stiker*, *CD label*, jam dinding, Pin dan *Block Note*.

Kata Kunci: Video Profile, SD Islam Khaira Ummah, Audio Visual

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

COMPANY PROFILE SD ISLAM KHAIRA UMMAH DALAM MEDIA AUDIO VISUAL

Muhammad Luthfie⁴, Dini Faisal⁵, Eliya Pebriyeni⁶
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: airflare10@gmail.com

ABSTRAK

Promotion of Islamic SD Khaira Ummah that has been done through print media such as banners, brochures, calendars and banners. However, over the times and technology, the promotion can be done anywhere and anytime. So SD Islam Khaira Ummah need a media that will reach a wider audience and make it easier to access audience. Therefore it is necessary to design a media campaign SD Islam Khaira Ummah through audio-visual media where output or outcome happens in the form of a video company profile. Video company profile selected for the presence of these media can facilitate audience in knowing and understanding what is promoted by Islamic SD Khaira Ummah.

In designing the company profile Islamic SD Khaira Ummah, the authors collected data through interviews, observation and documentation. After getting the data from SD Islam Khaira Ummah to solve the problems that exist, from the data above, the writer using the SWOT (strength, Weakness, Opportunity, Threat) Because by using the SWOT analysis can compare the strengths and weaknesses of existing on the SD Islam Khaira Ummah. The production stage is carried out in SD Islam Khaira Ummah, the camera uses several shooting techniques, ranging from Aerial Shoot, camera stabilizer and camera movement ..

Designing video profile SD Islam Khaira Ummah into its video format can be run by Media Player or Quick Time Player, This design is also supported by the supporting media such as calendars, CD Cover, stickers, CD labels, wall clocks, Pin and Block Note.

Keywords: Video Profile, SD Islam Khaira Ummah, Audio visual

⁴ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

⁵ Pembimbing I, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

⁶ Pembimbing II, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

A. PENDAHULUAN

SD Islam Khaira Ummah mempunyai program tahfidz Al-qur'an yang menargetkan hafal maksimal 3 juz dan mempelajari Al-qur'an serta 50 hadist. Hal yang paling diunggulkan adalah mengintegritaskan nilai-nilai dari keislaman dalam proses pembelajaran seperti sholat berjama'ah dan mengaji. SD Islam Khaira Ummah juga mengikuti program sekolah Adiwiyata tingkat Provinsi. Dalam program ini, siswa diajarkan untuk mengenal lingkungan lebih dekat seperti, menjaga kebersihan lingkungan, bercocok tanam dan berternak.

SD Islam Khaira Ummah, seperti yang disampaikan oleh kepala SD Islam Khaira Ummah dalam wawancara pada tanggal 10 April 2018, bahwa promosi yang telah dilakukan melalui media cetak seperti, spanduk, brosur, kalender dan banner. Namun, seiring perkembangan zaman dan teknologi, promosi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sehingga SD Islam Khaira Ummah memerlukan sebuah media yang akan menjangkau audience lebih luas dan mempermudah audience dalam mengaksesnya. Oleh sebab itu perlu dilakukan perancangan media promosi SD Islam Khaira Ummah melalui media audio visual dimana output atau hasil jadinya berupa Video Company profile.

Video company profile dipilih karena dengan adanya media ini dapat mempermudah audience dalam mengetahui dan memahami apa yang dipromosikan oleh SD Islam Khaira Ummah. Company profile itu sendiri merupakan identitas dari sebuah perusahaan, baik di bidang jasa maupun

produk yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan, (Binanto. I dalam Irfan, 2013:50).

Menurut Fitriyanti, (2015:12) “company profile merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media yang ada”. Berinteraksi dengan klien tentunya dituntut untuk mampu membangun citra diri yang sesuai, sehingga dapat menarik simpati klien. Keberhasilan memperkenalkan diri (Public Relation) adalah pintu awal dari kesuksesan selanjutnya. Untuk kebutuhan tersebut sekaligus sarana promosi perusahaan maupun sebuah lembaga membutuhkan sebuah sarana yang akan digunakan sebagai company profile (profil perusahaan), sarana ini dapat berupa file presentasi, media kertas maupun video, dengan menyajikan informasi yang lengkap, padat, menarik dan jelas.

Company profile yang dibuat dalam audio visual dapat berfungsi sebagai bahan perkenalan, presentasi, maupun display pameran. Media audio visual merupakan media kombinasi antara audio dan visual yang diciptakan sendiri seperti slide yang dikombinasikan dengan kaset audio, (Winkel dalam Indha, 2017:53). Melalui media tersebut klien dan masyarakat umum dapat mendapatkan gambaran umum tentang perusahaan, lembaga atau produk yang ditawarkan.

Pada video company profile ini pesan yang disampaikan berupa bentuk slide foto, video, teks dan sound. Video company profile adalah

sebuah media promosi dimana media ini menampilkan gambaran dari sebuah perusahaan atau lembaga secara detail, gambaran yang ditampilkan adalah semua yang ada pada perusahaan tersebut, baik itu sejarah, aktifitas yang terjadi, fasilitas yang ada dan semua yang berhubungan dengan perusahaan atau lembaga tersebut, tujuannya adalah untuk promosi dan mendapatkan image positif dari masyarakat banyak. Pada umumnya, sebuah badan usaha yang menawarkan sebuah produk atau pelayanan jasa biasanya melakukan sebuah promosi untuk memperkenalkan badan usahanya demi menarik perhatian dari target pasar yang ingin dituju. Promosi sendiri memiliki pengertian yang beragam, terdapat definisi dari pakar mengenai pengertian promosi tersebut.

Shimp dalam Julisman (2016:30) menyebutkan pengertian promosi:

“Kegiatan promosi terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat, promosi merupakan salah satu komponen bauran pemasaran. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.”
Dengan menggunakan media audio visual berupa video profile diharapkan

nantinya penyampaian pesan kepada masyarakat menjadi menarik, komunikatif dan tidak membosankan.

Dengan mengetahui pemilihan media promosi yang tepat, diharapkan nantinya informasi atau pesan yang disampaikan tentang SD Islam Khaira Ummah kepada target audience lebih jelas, dan nantinya menjadi sarana promosi bagi SD Islam Khaira Ummah sendiri.

B. METODE PERANCANGAN

1. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam perancangan ini diperoleh melalui observasi dan studi kepustakaan. Data juga didukung oleh pengalaman empiris penulis sendiri demi menunjang kelengkapan dan akurasi dari keseluruhan data yang diperoleh.

2. Metode Analisa Data

Setelah mendapatkan data-data dari SD Islam Khaira Ummah untuk memecahkan permasalahan yang telah ditemukan dari data-data diatas penulis menggunakan analisa SWOT (strenght, weakness, opportunity, threat). Suryatama dalam Miranda (2018:7) menyimpulkan bahwa “Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevalausi kekuatan atau strenghts, kelemahan atau weaknesses, peluang atau opportunities, dan ancaman atau threats dalam suatu proyek atau suatu bisnis”. Karena dengan menggunakan analisa SWOT, penulis dapat membandingkan dari kekurangan dan kelebihan yang ada pada SD Islam Khaira Ummah.

1. Strength (kekuatan/keunggulan)

Keunggulan yang terdapat SD Islam Khaira Ummah tersebut adalah:

- a. Mempunyai program tahfidz Al-qur'an dan Hadist serta metode mengintegritaskan nilai-nilai dari keislaman dalam proses pembelajaran seperti sholat berjama'ah dan mengaji.
- b. *Audio visual* adalah media promosi yang masih baru dan belum begitu banyak dikenal oleh masyarakat sehingga ketika dijadikan sebagai media promosi dapat menjadi alternatif baru.
- c. Informasi yang disajikan oleh media *Audio visual*, lebih jelas sehingga pesan yang disampaikan kepada *audience* lebih mudah di tangkap.
- d. Untuk promosi yang lebih luas dan terjangkau media *audio visual* bisa di *upload* ke *internet* seperti di *social network*.

2. Weakness (kelemahan)

Kelemahan yang terdapat pada SD Islam Khaira Ummah adalah:

- a. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh SD Islam Khaira Ummah belum begitu efektif.
- b. Belum ada iklan dalam bentuk media *Audio Visual*.
- c. Proses pembuatan media *Audio Visual* yang lumayan memakan waktu yang cukup lama.

3. Opportunity (peluang)

Peluang yang dimiliki SD Islam Khaira Ummah yaitu:

- a. Sekolah yang mengutamakan metode belajar dengan mendidik akhlak sesuai syari'at islam yang dikemas dengan menarik dan menyenangkan di kota Padang khususnya.
- b. Dengan menggunakan media *audio visual*, masyarakat akan mendapatkan informasi lebih jelas dari sekolah tersebut.
- c. Media *audio visual* menampilkan gambaran secara jelas dan detail sebuah perusahaan atau lembaga, ditambah lagi dengan adanya backsound dan narasi yang memperjelas gambar yang ditampilkan.

4. Threat (ancaman)

- a. Pengerjaan yang memakan waktu yang lama, penggunaan alat yang belum begitu lengkap, dan faktor cuaca juga menjadi ancaman dalam pengerjaan *video company profile*.
- b. Saat ini target *audience* yang sebenarnya belum mengetahui banyak tentang keunggulan dari SD Islam Khaira Ummah.

C. PEMBAHASAN

1. Media Utama

Video profile sangat berguna untuk menyampaikan informasi yang jelas dengan secara *visual* kepada *audiens* yang membutuhkan dan sangat mudah dipahami. Dalam perancangan sebuah *video profile* perlu menggunakan tahapan-tahapan yang digunakan sebagai berikut,

1. Tahapan Perancangan *Video Profile*.

Dalam tahapan ini akan dilakukan perancangan media promosi dalam bentuk *audio visual* 3 tahapan yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi, sebagai berikut:

a. Tahapan Pra Produksi.

- 1) Mencari ide dan gagasan mengenai perancangan *company profile* SD Islam Khaira Ummah.
- 2) Mengumpulkan sejumlah informasi melalui tahapan pengumpulan data SD Islam Khaira Ummah.
- 3) Melengkapi informasi seputar identitas SD Islam Khaira Ummah. melalui kenyataan *visual*, informasi media *online* dan media cetak.
- 4) Memilih dan menyusun informasi *video* SD Islam Khaira Ummah. yang akan dijadikan media promosi dalam bentuk *audio visual*.
- 5) Pengelompokan materi informasi yang akan dirancang dalam *company profile* dalam bentuk *audio visual*.

b. Tahap Produksi.

- 1) Pengumpulan data informasi *video*, *audio*, teks, dan lainnya.
- 2) Menyatukan semua *video*, *backsound*, dan pengisian suara serta pemberian tulisan yang dibutuhkan untuk memperkenalkan lebih memperjelas sebuah *video profile*.
- 3) Struktur perancangan *video profile* pada dasarnya *storyline* dan *story board*. *Storyline* yaitu garis cerita dari sebuah *video* yang akan ditampilkan agar ide yang sudah dirancang dapat selesai dengan jelas. *Story board* yaitu sketsa yang menggambarkan tentang isi sebuah perancangan *video* agar lebih mudah digunakan dalam pengambilan gambar.

c. Pasca Produksi.

- 1) Uji coba *video profile* (*program testing*).
- 2) *Video* dipromosikan melalui *youtube* . Promosi melalui *youtube* sangat berguna untuk *target audiens* untuk menemukan informasi yang lengkap mengenai gambaran SD Islam Khaira Ummah. karena saat sekarang ini orang lebih banyak menggunakan akses internet untuk mendapatkan informasi. *Video profile* SD Islam Khaira Ummah akan dimasukkan ke dalam CD dengan tujuan mempromosikan ke daerah-daerah yang tidak dapat menggunakan akses internet.

A. Final Desain

1. Media Utama

Media utama berbentuk *audio visual* yaitu *video profile* SD Islam Khaira Ummah yang menceritakan profil dari SD Islam Khaira Ummah. *Video profile* SD Islam Khaira Ummah berdurasi kurang lebih 5 menit. Narasi yang menjelaskan tentang sejarah, keunggulan dan fasilitas dari SD Islam Khaira Ummah. *Video profile* ini diawali dengan kepala sekolah memberikan kata sambutan kepada para siswa saat pagi hari. Tampilan papan nama dari SD Islam Khaira Ummah, kemudian papan nama SD Islam Khaira Ummah dan papan MDA Khaira Ummah. Video dilanjutkan dengan seorang anak menyalami orangtuanya setelah sampai di gerbang sekolah. Kemudian terlihat suasana lobi sekolah dan lorong sekolah. Setelah itu, video menampilkan fasilitas dari SD Islam Khaira Ummah.

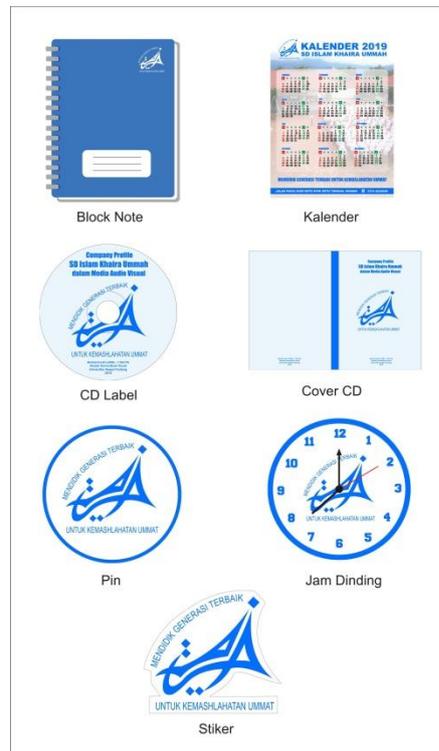
Setelah itu, video dari hasil wawancara dengan kepala SD Islam Khaira Ummah. Diselingi dengan cuplikan-cuplikan beberapa video. kemudian video dari ekstrakurikuler yang ada di SD Islam Khaira Ummah. Ending dari video profile SD Islam Khaira Ummah adalah logo dari sekolah tersebut.



Gambar 1
potongan dari *video profile*

2. Media Pendukung

Dalam perancangan *video profile* SD Islam Khaira Ummah, ditunjang oleh beberapa media pendukung agar promosi SD Islam Khaira Ummah akan tercapai dengan adanya media pendukung sebagai penunjang media utama. Media pendukung yang disampaikan masih seputar SD Islam Khaira Ummah dan disesuaikan dengan fungsi masing-masing dari media pendukung.



Gambar 1
Media Pendukung

Selain dari video profile sebagai media utama, pada perancangan ini juga dibuat media pendukung tujuannya untuk mendukung media utama dalam mempromosikan SD Islam Khaira Ummah tersebut dalam media cetak seperti : Kalender, Cover CD, Stiker, CD label, jam dinding, Pin dan Block Note. Selain itu dengan adanya media pendukung akan memberikan manfaat lebih dalam mendukung promosi SD Islam Khaira Ummah, dan dapat menjangkau langsung target sasaran atau masyarakat umum di kota Padang.

B. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam masing-masing bab diatas, perancangan *video profile* SD Islam Khaira Ummah penulis mengambil kesimpulan:

1. Dalam pembuatan *video profile* harus diperhatikan beberapa strategi kreatif yang meliputi:
 - a. Menetapkan target *audiens*.
 - b. Strategi menetapkan tujuan.
 - c. Merancang *story board video profile*.
 - d. Strategi merancang bentuk eksekusi dalam *video profile*.
2. *Video profile* SD Islam Khaira Ummah sangat berguna bagi para orang tua yang akan menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan sekolah dasar.
3. *Video profile* dapat menjadi media promosi dalam bentuk *visual* yang menyampaikan informasi-informasi secara bergerak kepada *audiens*.
4. *Video profile* digunakan untuk penarik minat *target audience* dengan tampilan *visual* yang mampu menampilkan efek gerak kepada *video* yang disajikan, sehingga menghilangkan kejenuhan.
5. *Video profile* yang memberikan informasi dan keunggulan tentang SD Islam Khaira Ummah diharapkan dapat memberikan kesan yang direspon positif oleh *audiens* yang akhirnya mampu berfungsi sebagai media informasi yang efektif dan komunikatif.

2. Saran

Dengan adanya *video profile* ini diharapkan kepada orang tua yang akan memasukkan anaknya ke sekolah yang berkualitas dan diunggulkan dalam segi agama khususnya. Dan juga diharapkan dengan adanya *video profile* ini dapat mempermudah audience dalam mengaksesnya.

Daftar Pustaka

- Fitriyanti, Dewi Ambar. (2015). *Perancangan Company Profile Dan Media Promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal*. Jurnal FBS Universitas Negeri Semarang. Hlm. 12.
- Indha, dkk. (2017). “*Perancangan Media Audiovisual Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Dalam Mata Pelajaran Membiakan Tanaman Dengan Biji Jurusan Agribisnis Pembibitan dan Kultur Jaringan Kelas X di SMK Negeri 4 Jeneponto*”. Jurnal FT Universitas Negeri Makasar. (Volume 3 Tahun 2018). Hlm. 53.
- Irfan, Muhammad. (2013). *Pembuatan Video Company Profil Pada Belukar Merch di Kelurahan Jayengan Kecamatan Serengan Kota Surakarta*. Jurnal FTI UNSA. Hlm. 50.
- Julisman, H. A., Sn, M., Dini Faisal, S. D., & Ds, M. (2017). *Perancangan Video Promosi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Padang*. *dekave*, 5(2).
- Miranda, A. I., Syafwandi, M. S., Pebriyeni, E., & Sn, M. (2018). *Perancangan Rebranding Kiniko Cafe Pada Sosial Media Youtube*. *dekave*, 7(2).