
Perancangan Video Profil untuk Meningkatkan Citra PKBM Sebaya Sidoarjo

Bagas Dwiya Yudhana, Pungky Febi Arifianto, Alfian Candra Ayuswantana

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: bagasdwiyaudhana@gmail.com; pungkyarifianto.dkv@upnjatim.ac.id;

alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id.

Diterima:
11 Maret 2025

Diterima Setelah Revisi:
15 Mei 2025

Dipublikasikan:
28 November 2025

Abstrak

PKBM Sebaya Sidoarjo merupakan lembaga pendidikan nonformal yang berfokus pada pendidikan kesetaraan. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai peran PKBM menyebabkan citra institusi ini belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video profil sebagai strategi meningkatkan citra PKBM Sebaya Sidoarjo serta menarik minat orang tua terhadap pendidikan kesetaraan. Metode penelitian yang digunakan mencakup analisis *customer journey*, kuesioner, wawancara, dan observasi guna memahami kebutuhan target audiens, yaitu orang tua yang belum mengetahui keberadaan PKBM Sebaya. Data yang diperoleh digunakan untuk merancang video profil yang menampilkan program pendidikan, fasilitas, tenaga pengajar, kegiatan siswa, serta metode pembelajaran yang diterapkan di PKBM Sebaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil yang informatif dan menarik dapat meningkatkan kesadaran serta kepercayaan masyarakat terhadap PKBM. Selain itu, video ini juga berpotensi memperluas jangkauan informasi, memberikan pemahaman lebih baik tentang pendidikan kesetaraan, serta mendorong lebih banyak orang tua untuk mempertimbangkan PKBM Sebaya sebagai pilihan pendidikan bagi anak mereka.

Kata Kunci: Video Profil, Sekolah PKBM, Citra Pendidikan.

Abstract

PKBM Sebaya Sidoarjo is a non-formal educational institution focused on equality education. The lack of public understanding regarding the role of PKBM has led to its suboptimal institutional image. This study aims to design a profile video as a strategy to enhance the image of PKBM Sebaya Sidoarjo and attract parents' interest in equality education. The research methods used include customer journey analysis, questionnaires, interviews, and observations to understand the needs of the target audience—parents who are unaware of PKBM Sebaya's existence. The collected data was used to create a profile video showcasing the educational programs, facilities, teaching staff, student activities, and learning methods implemented at PKBM Sebaya. The study results indicate that an informative and engaging profile video can increase public awareness and trust in PKBM. Furthermore, the video has the potential to expand the reach of information, provide a better understanding of equality education, and encourage more parents to consider PKBM Sebaya as an educational option for their children.

Keywords: Profile Video, PKBM School, Educational Image.

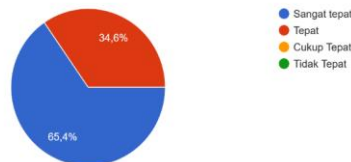
1 PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan elemen fundamental dalam pembangunan sumber daya manusia, di mana Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 menegaskan hak setiap warga negara, termasuk anak berkebutuhan khusus, untuk memperoleh pendidikan yang layak (Fitri, 2021). Kendati pendidikan inklusif bertujuan menciptakan kesetaraan, implementasinya di Indonesia masih dihadapkan pada tantangan signifikan seperti keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur yang belum memadai, serta stigma sosial yang menghambat penerimaan anak di lingkungan pendidikan (Astawa, 2021). Selain itu, kurikulum yang belum fleksibel turut memperumit keadaan. Dalam situasi ini, lembaga non-formal seperti Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) menjadi alternatif vital bagi peserta didik yang sulit mengakses pendidikan formal. PKBM Sebaya Sidoarjo hadir secara khusus melayani anak berkebutuhan khusus dengan menerapkan metode pembelajaran inovatif dan adaptif, salah satunya adalah pendekatan *multisensory*. Metode ini mengintegrasikan berbagai aspek sensorik guna memaksimalkan efektivitas belajar peserta didik di tengah keterbatasan sistem yang ada.

Meskipun memiliki pendekatan pendidikan yang baik, PKBM Sebaya Sidoarjo menghadapi tantangan utama berupa kurangnya *eksposur* dan pemahaman masyarakat mengenai keberadaan institusi tersebut. Menurut Kepala Sekolah, walaupun kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan anak berkebutuhan khusus cukup tinggi, masih terjadi kesenjangan informasi yang menyebabkan rendahnya partisipasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi efektif di era digital untuk menjembatani kesenjangan ini, salah satunya melalui pemanfaatan media audio visual. Video profil sekolah menjadi solusi strategis yang mampu memberikan gambaran nyata mengenai proses pembelajaran, fasilitas, serta metode yang diterapkan (Ichfan et al., 2023).

Penggunaan media video sebagai alat untuk memperkenalkan Sekolah Sebaya dianggap sesuai dan relevan dengan perkembangan strategi pemasaran saat ini (Nurosyid et al., 2022). Pernyataan ini diperkuat oleh hasil kuesioner yang disebar oleh penulis, dengan responden yang terdiri dari orang tua yang memiliki anak yang sedang bersekolah.

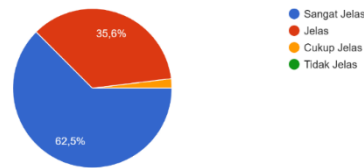
Menurut Anda, apakah video profil tepat sebagai media untuk memperkenalkan sekolah?
104 jawaban



Gambar 1. Data Kuesioner
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Hasil kuesioner mengindikasikan bahwa video profil dinilai akurat dan relevan, dengan seluruh responden (gabungan dari kategori sangat tepat dan tepat) mengakui bahwa video profil merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran sekolah, terutama di era digital yang terus berkembang. Perkembangan teknologi telah mempermudah penyampaian informasi secara lebih interaktif, menarik, dan mendetail kepada calon orang tua serta masyarakat luas (Ichfan et al., 2023). Video profil Sebaya Sidoarjo berperan penting dalam hal ini, karena melalui visual dan narasi, video tersebut mampu menyajikan program-program sekolah, fasilitas, serta nilai-nilai yang diusung secara lebih efektif dibandingkan metode promosi lainnya (Arya et al., 2024). Keefektifan ini juga diperkuat oleh data kuesioner yang menunjukkan bahwa 62,5% responden menilai informasi yang disampaikan sangat jelas, 35,6% menilai jelas, dan 1,9% menilai cukup jelas, dengan tidak ada responden yang menyatakan informasi tersebut tidak jelas.

Menurut Anda, seberapa jelas video profil dapat memperkenalkan Fasilitas & program-program sekolah
104 jawaban



Gambar 2. Data Kuesioner
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Video profil memiliki peran krusial dalam menjangkau audiens yang lebih luas melampaui batas geografis (Athoillah & Arifianto, 2024). Media ini mampu memvisualisasikan lingkungan belajar dan metode *multisensory* secara dinamis, yang sulit dijelaskan hanya melalui media konvensional. Melalui platform media sosial seperti *YouTube* dan *Instagram*, video profil berfungsi sebagai alat promosi sekaligus sarana branding yang efektif untuk memperkenalkan keunggulan PKBM Sebaya Sidoarjo. Hal ini memberikan transparansi yang diperlukan guna membangun kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, calon orang tua dapat memahami program pendidikan secara mendalam dan mengambil keputusan yang tepat bagi pendidikan anak berkebutuhan khusus mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan tahapan dalam merancang video profil. Dengan adanya video profil yang dirancang secara strategis, diharapkan dapat terjadi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pendidikan inklusif serta meningkatnya partisipasi orang tua dalam memilih institusi pendidikan yang tepat bagi anak mereka. Lebih jauh, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi visual yang lebih efektif bagi institusi pendidikan inklusif di Indonesia.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Video Profil

Menurut Kuswandi, Video Profil merupakan bentuk representasi informasi yang menampilkan suatu instansi atau perusahaan, termasuk keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, dalam format video. Oleh karena itu, video profil menjadi alat yang efektif dalam memperkenalkan suatu instansi atau perusahaan karena mampu menyampaikan informasi dengan lebih jelas dan konkret (Fadlillah & Febriana, 2024). Selain sebagai media informasi, video profil juga berperan sebagai sarana promosi yang efisien untuk suatu daerah, produk, maupun institusi. Kombinasi elemen visual dan audio dalam video profil meningkatkan daya tarik serta efektivitas penyampaian informasi (Teguh Widayanto et al., 2021).

Sebagai salah satu media visual, video mampu mengombinasikan elemen audio dan visual, menciptakan presentasi yang lebih dinamis dan menarik. Keunggulan ini menjadikan video sebagai sarana interaktif yang dapat meningkatkan pemahaman serta daya ingat penonton dibandingkan dengan teks atau gambar diam (Febriani & Mustofa, 2024).

2.2 Tahapan Perancangan Video Profil

Video profil merupakan media visual yang berfungsi untuk memperkenalkan sebuah instansi, baik itu perusahaan maupun lembaga pendidikan, dengan menyajikan informasi mengenai visi, misi, program yang dijalankan, serta pencapaian yang telah dicapai. Dalam pembuatannya, diperlukan perencanaan yang sistematis dan terstruktur. Menurut Arjun Pratama & Rianto (2022), terdapat tiga tahap utama dalam produksi video profil, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi (Arjun

Pratama & Rianto, 2022). Pendapat ini sejalan dengan pernyataan Heru Prabowo, seorang pakar dalam bidang fotografi dan videografi, yang menegaskan bahwa setiap tahapan tersebut harus dipersiapkan dengan baik agar hasil akhir video dapat mencapai tujuan yang diinginkan berikut tahapan utama dalam perancangan video profile:

2.2.1 Pra-Produksi

Tahap pra-produksi adalah langkah awal dalam proses pembuatan video profil, yang melibatkan berbagai persiapan penting, seperti melakukan observasi terhadap objek, merancang konsep, serta menyusun *storyline dan storyboard*. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa keseluruhan produksi dapat berjalan sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan (Manuel, 2018).

2.2.2 Produksi

Tahap produksi adalah proses eksekusi dari seluruh perencanaan yang telah dibuat pada fase pra-produksi. Dalam tahap ini, terdapat berbagai langkah teknis yang perlu dilakukan, seperti pengambilan gambar, pengaturan pencahayaan, dan perekaman suara. Setiap langkah tersebut bertujuan untuk mewujudkan konsep yang telah dirancang sebelumnya (Manuel, 2018).

2.2.3 Pasca-Produksi

Pasca-produksi adalah tahap penyelesaian dalam proses pembuatan video, yang dimulai dari pra-produksi hingga produksi. Pada tahap ini, rekaman video disusun dan diproses berdasarkan *storyline* serta *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya, sehingga hasil akhirnya sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan (Manuel, 2018).

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*) yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada target audiens & pihak Sekolah Sebaya sebagai sumber data primer. Untuk memvalidasi data, dilakukan studi literatur terhadap jurnal dan buku. Pemilihan *mixed method* bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih detail terhadap fenomena yang diteliti (Waruwu, 2023).

3.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga metode pengumpulan data.

1. Wawancara
Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan pemilik Sekolah PKBM Sebaya Sidoarjo dan Kepala Sekolah Sebaya untuk memvalidasi data observasi dan mendapatkan informasi mengenai asal usul, sejarah, program, dan status pendidikan Sebaya.
2. Observasi
Melakukan Observasi langsung dilaksanakan di PKBM Sebaya Sidoarjo untuk mengamati kondisi lingkungan dan aktivitas sekolah guna memperoleh pemahaman mendalam tentang keadaan fisik, fasilitas, dan interaksi di lingkungan tersebut.
3. Kuesioner
Kuesioner terstruktur disebarakan secara *online* melalui Google Form kepada 104 responden untuk menilai kesesuaian video profil sebagai media informasi Sekolah Sebaya Sidoarjo, dengan kriteria:

- a. Demografis
 - Usia : 27-55 Tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
 - Domisili : Surabaya, Sidoarjo & Gresik
- b. Geografis
 - Target Audiens yang tinggal di Jawa Timur Khususnya di wilayah Sidoarjo, Surabaya & Gresik
- c. Psikografis
 - 1) Masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas
 - 2) Orang tua yang peduli dengan pendidikan anak
 - 3) Masyarakat yang berpandangan positif dengan pendidikan non-formal

3.2 Data Sekunder

Data sekunder penelitian diperoleh melalui studi literatur jurnal dan buku yang telah ada sebelumnya, yang digunakan untuk memperkuat argumentasi perancangan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap pra-produksi dalam perancangan video profil, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut.

4.1 Pra-Produksi

Tahapan Pra-Produksi pada perancangan Video Profile penulis melakukan tahapan seperti berikut

4.1.1 Observasi

Tahap observasi dilakukan dengan mengunjungi sekolah PKBM Sebaya Sidoarjo untuk mengumpulkan informasi mengenai institusi tersebut. Melalui observasi ini, penulis memperoleh berbagai poin penting yang akan menjadi fokus utama dalam pembuatan video profil. (Manuel, 2018).



Gambar 3. Observasi Lingkungan Sekolah Sebaya.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.1.2 Storyline

Setelah melakukan observasi penulis membuat *storyline* yang merupakan Gambaran tertulis dari konsep yang akan dibuat. *Storyline* berisi deskripsi alur cerita dari adegan awal hingga akhir cerita (Manuel, 2018).

Tabel 1. *Storyline*

Alur	Visual	Voice Over
Scene 1	Opening Video (berisi kumpulan clip Video/Teaser)	
Scene 2 (ruang Kelas)	Tokoh Utama menunggu kelas di mulai, menoleh kebelakang berbicara ke kamera (dengan effect sticker)	Katanyaa sihh sekolah itu ngebosenin yaa??
Scene 2 (ruang Kelas)	Guru membuka pintu dengan sambutan ceria, dari tokoh utama kamera berpindah ke guru membuka pintu (dengan backlight di belakang)	Hallo anak anak!!
Scene 2 (ruang Kelas)	Dari guru menyapa, Tokoh utama menoleh lagi kebelakang	Sepertinya kalian harus tau sekolah ku
Scene 3 (Bangunan Gedung)	Transisi detail bangunan Sekolah Sebaya	Selamat datang di sebaya sidoarjo!!!
Scene 4 (Lorong Sekolah)	keluar dari kelas dan berjalan disusul teman teman di belakangnya kemudian <i>outframe</i>	Disini tempat aku menuntut ilmu dan belajar hal baru Bersama teman teman
Scene 5 (Aktifitas Sekolah)	aktifitas di berbagai tempat di sekolah	Yang setiap sudutnya punya cerita
Scene 6 (Aktifitas Kelas)	aktifitas di kelas	Ruang kelas tempat kami berbagi pengetahuan
Scene 6 (Aktifitas Bermain)	aktifitas di tempat bermain	Tempat bermain tempat kami buat bertukar cerita, serta berbagi tawa dan semangat
Scene 7 (Tempat Bermain)	Shoot mendekati laras yg sedang main lalu menoleh ke belakang	Disini kami belajar bukan hanya dari guru, tapi juga dari pengalaman Bersama teman teman kelas, dan kalian harus kenalan sama kepala sekolah aku hallo kak lena
Scene 8 (Lorong Sekolah)	dari laras kamera berputar ke arah kak lena	Haloo saya Azlena Vira Safitri sebagai kepala sekolah pkbm sebaya sidoarjo.
Scene 8 (Lorong Sekolah)	Aktifitas sesuai dengan narasi	Sebaya merupakan sekolah pkbm yang terletak di sidoarjo terletak di dalam perumahan florencia regency Sidoarjo. Didalam sekolah pkbm sidoarjo terdapat beberapa program yang pertama ada (penjelasan setiap program: Program terapi Home schooling Bimbingan belajar Program livein Funcamp Design grafis

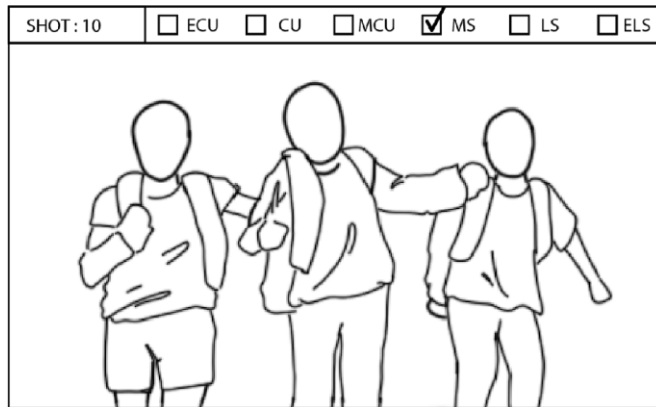
Alur	Visual	Voice Over
Scene 8 (Lorong Sekolah)	kak lena outframe masuk keruangan bu ika & bu twinky	Dengan metode pembelajaran multisensory memudahkan murid kami untuk memahami pembelajaran
Scene 9 (Ruangan Bu Ika & Ibu Twinky)	masuk ruangan bu ika & bu twinky kamera menuju ke bu ika terlebih dahulu	dengan program sekolah pkbm sebaya sidoarjo yang kami rancang dengan penuh dedikasi kami berkomitmen untuk mendukung setiap langkah anak-anak menuju masa depan yang gemilang.
Scene 9 (Ruangan Bu Ika & Ibu Twinky)	Setelah bu ika menjelaskan kamera langsung mengarah ke bu twinky	Kami percaya bahwa dengan pendidikan yang tepat, semangat yang kuat, dan bimbingan yang penuh kasih, mereka akan tumbuh menjadi generasi yang siap menghadapi tantangan dan meraih mimpi mereka
Scene 10 (Aktifitas Sekolah)	Voice over Tokoh utama dengan menampilkan aktifitas yang ada di sebaya	Setiap langkah yang kami ambil di sini adalah bagian dari perjalanan panjang menuju masa depan. Di sekolah ini, kami tidak hanya diajarkan untuk cerdas, tetapi juga diajarkan untuk bermakna. Semua pengalaman, pelajaran, dan kenangan ini akan selalu menjadi bagian dari kami. Kami percaya, dari sinilah langkah awal untuk menggapai cita-cita dimulai. Dan ini saatnya wujudkan mimpi kita bersama. ayoo mulai petualangan belajar seru di sebayaa
Scene 11 <i>Bumper Out</i>	(Berisi CTA)	

4.1.3 Storyboard

Storyboard dirancang berdasarkan hasil kuesioner yang mengacu pada preferensi target audiens, yang menginginkan video profil dengan nuansa ceria dan informatif. Dengan adanya *storyboard* ini bertujuan untuk mempermudah proses produksi serta memastikan alur kerja yang lebih terstruktur dan sesuai dengan konsep yang telah dirumuskan lebih terstruktur sesuai dengan konsep yang sudah di buat.

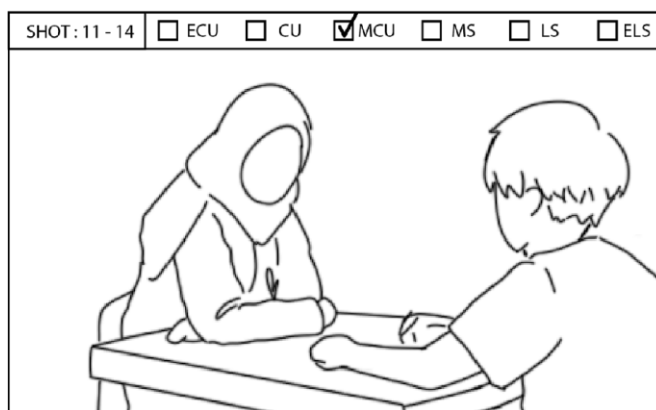
Tabel 2. Storyboard

<p>SHOT : 1 <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input checked="" type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> LS <input type="checkbox"/> ELS</p> 	<p>"Katanyaa sihh sekolah itu ngebosenin yaa??"</p> <p>(wajah bertanya") Tokoh Utama menunggu kelas di mulai, menoleh kebelakang berbicara ke kamera (dengan effect sticker)</p>
<p>SHOT : 2 <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input checked="" type="checkbox"/> LS <input type="checkbox"/> ELS</p> 	<p>"Hallo anak anak!!"</p> <p>Guru membuka pintu dengan sambutan ceria, anak anak menyambut dengan gembira dari tokoh utama kamera berpindah ke guru membuka pintu (dengan backlight di belakang)</p>
<p>SHOT : 3 <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input checked="" type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> LS <input type="checkbox"/> ELS</p> 	<p>"Sepertinya kalian harus tau sekolah ku"</p> <p>Dari guru menyapa, Tokoh utama menarik kamera lalu menutupnya (dengan back-ground anak anak tidak sabar untuk belajar)</p>
<p>SHOT : 4,5... 9 <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> LS <input checked="" type="checkbox"/> ELS</p> 	<p>"Selamat datang di sebaya sidoarjo!!!"</p> <p>Transisi dip to black kemudian menunjukkan gedung sebaya secara menyeluruh detail bangunan Sekolah Sebaya</p>



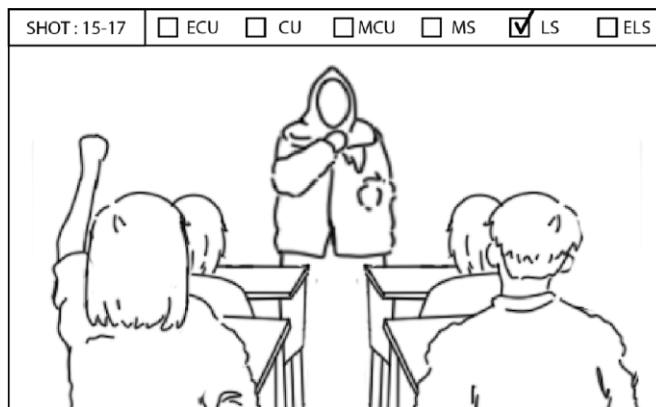
"Disini tempat aku menuntut ilmu dan belajar hal baru Bersama teman teman"

(Tilt down) keluar dari kelas dan berjalan disusul teman teman di belakangnya kemudian outframe



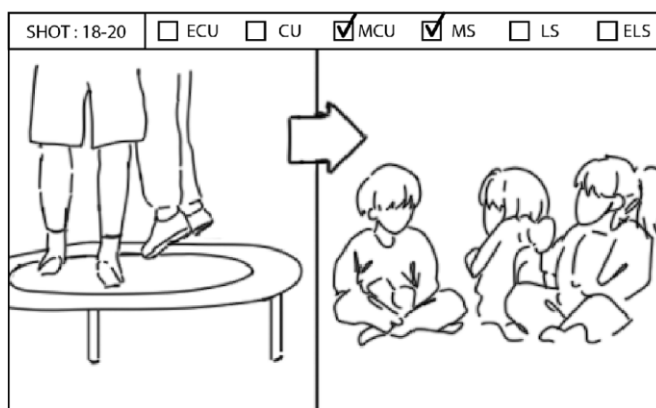
"Yang setiap sudutnya punya cerita"

aktiftas di berbagai tempat di sekolah



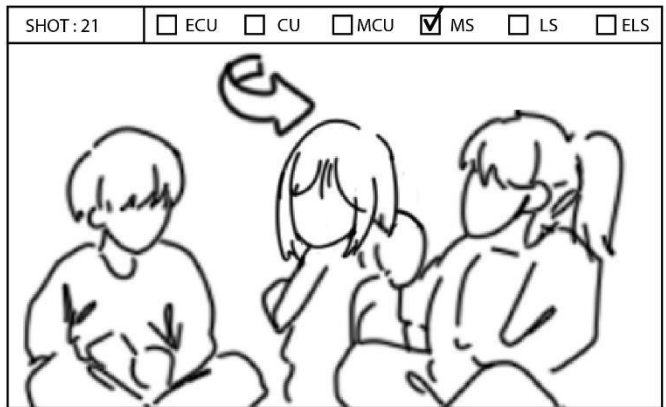
"Ruang kelas tempat kami berbagi pengetahuan"

aktiftas dikelas



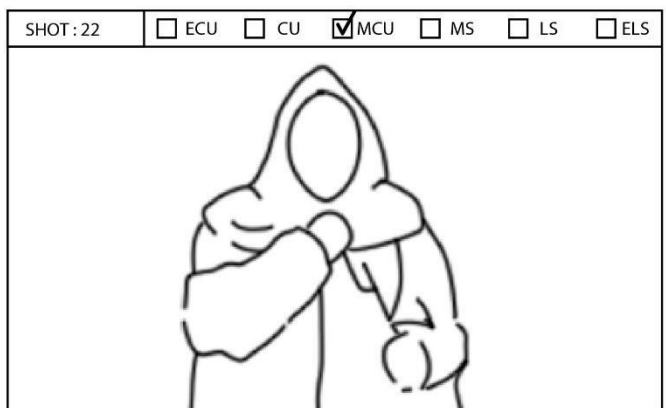
"Tempat bermain, tempat kami bertukar cerita, serta berbagi tawa dan semangat"

aktiftas di tempat bermain & tempat bersantai di lt. 2



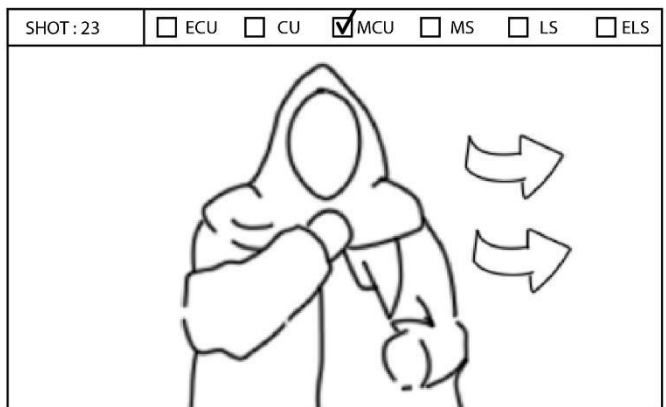
“Disini kami belajar bukan hanya dari guru, tapi juga dari pengalaman Bersama teman teman kelas. dan kalian harus kenalan sama kepala sekolah aku, hallo kak lena”

Shoot mendekati Tokoh utama ke-2 yg sedang main lalu menoleh ke belakang. dari tokoh utama ke-2 kamera berputar ke arah kak lena



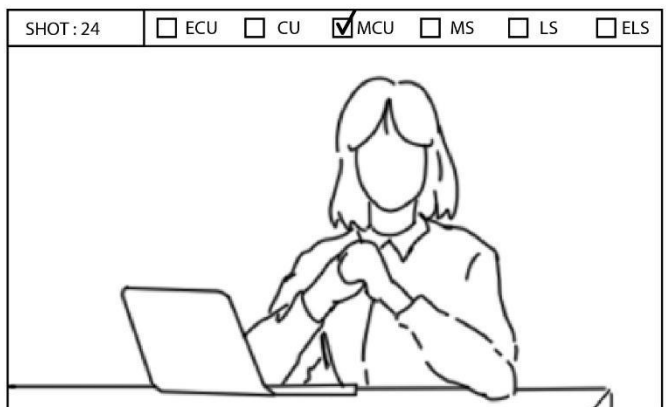
“Haloo aku azlena fitri sebagai kepala sekolah pkbm sebaya sidoarjo. sekolah pkbm sebaya sudah berdiri sejak 2015 yang awalnya terletak di pondok mutiara sidoarjo dan kini sebaya menempati gedung baru di dalam perumahan florencia regency Sidoarjo. sekolah pkbm sidoarjo memiliki beberapa program yang pertama ada (penjelasan setiap program:”

Program terapi, Home schooling, Bimbingan belajar....



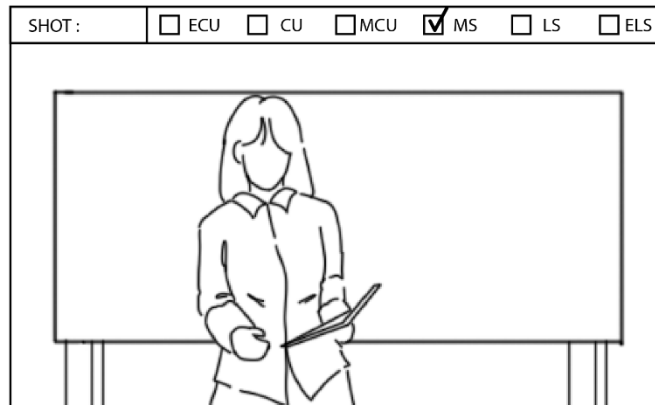
“Dengan metode pembelajaran multisensory, murid kami lebih mudah memahami setiap materi yang diajarkan. Mereka tidak hanya mendengar dan melihat, tetapi juga merasakan langsung pengalaman belajar yang interaktif dan menyenangkan. ”

kak lena outframe masuk keruangan bu ika & bu twinky



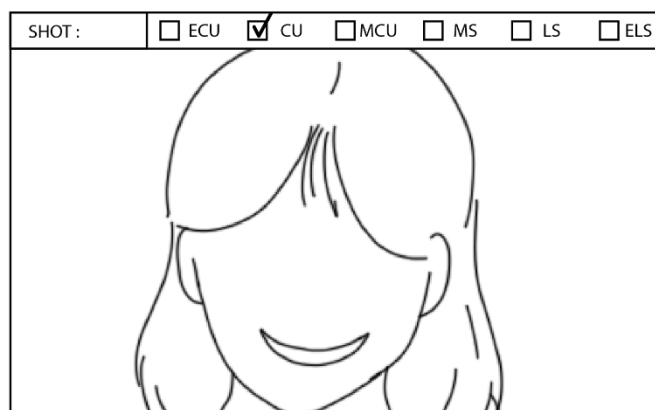
“Kami percaya bahwa setiap anak berhak mendapatkan pendidikan berkualitas. PKBM Sebaya Sidoarjo hadir dengan program belajar yang fleksibel dan berorientasi pada kebutuhan anak, dan dapat berkembang sesuai dengan potensi dan minatnya. Kami berkomitmen untuk mendukung setiap langkah anak-anak menuju masa depan yang gemilang”

masuk ruangan bu ika & bu twinky kamera menuju ke bu ika terlebih dahulu



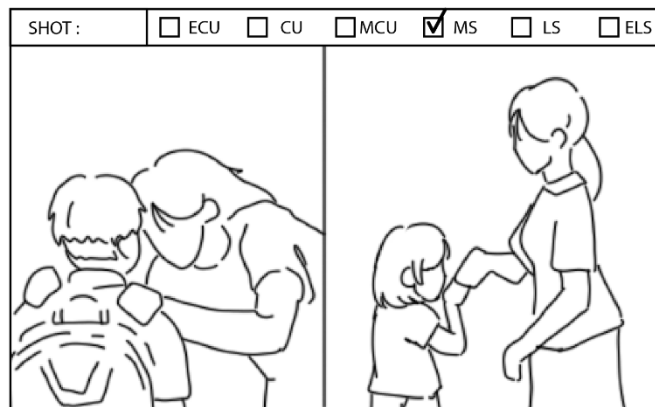
“Kami percaya bahwa dengan pendidikan yang tepat, semangat yang kuat, dan bimbingan yang penuh kasih, mereka akan tumbuh menjadi generasi yang siap menghadapi tantangan dan meraih mimpi mereka”

Setelah bu ika menjelaskan kamera langsung mengarah ke bu twinky (dengan aktifitas diskusi di belakang)



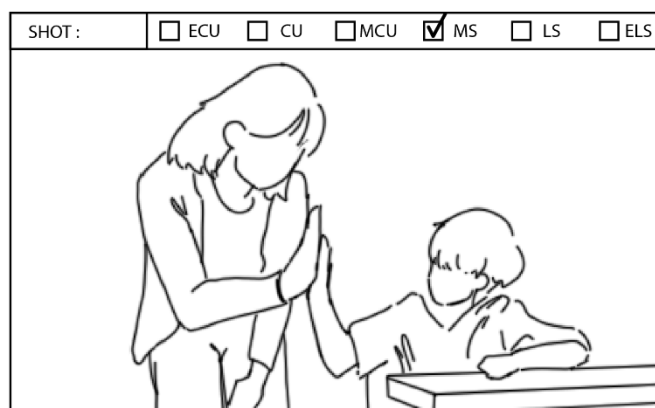
“Setiap langkah yang kami ambil di sini adalah bagian dari perjalanan panjang menuju masa depan”

anak kecil senyum dengan bergantian

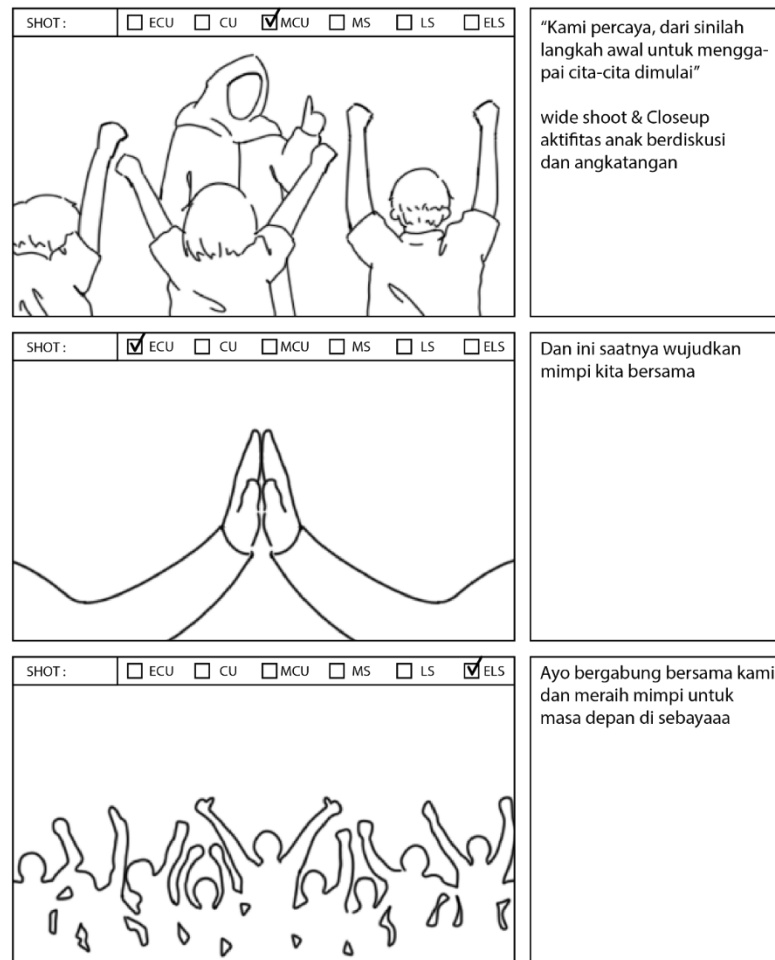


“Di sekolah ini, kami tidak hanya diajarkan untuk cerdas, tetapi juga diajarkan untuk bermakna”

aktifitas yang berinteraksi



Semua pengalaman, pelajaran, dan kenangan ini akan selalu menjadi bagian dari kami.



4.2 Produksi

Tahap produksi merupakan proses pengambilan gambar yang dilakukan berdasarkan storyboard yang telah disusun. Pada tahap ini, penulis melakukan perekaman video serta audio untuk memperoleh gambar yang diperlukan. Pengambilan gambar dilakukan menggunakan kamera mirrorless guna menghasilkan visual berkualitas tinggi, sementara perekaman audio menggunakan mikrofon eksternal untuk memastikan suara yang jernih. Tahap ini menjadi bagian krusial dalam memastikan setiap adegan terekam sesuai dengan konsep yang telah direncanakan (Manuel, 2018).



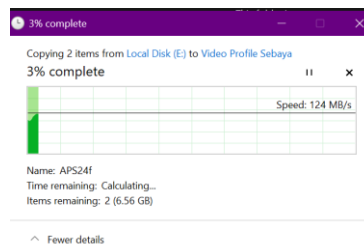
Gambar 4. Proses Pengambilan Gambar.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3 Pasca Produksi

Dalam tahap pascaproduksi, penulis melalui serangkaian proses sistematis guna menghasilkan video yang berkualitas. Tahapan-tahapan tersebut mencakup berbagai aktivitas penting yang mendukung penyempurnaan hasil akhir dari proses produksi.

4.3.1 Backup Footage

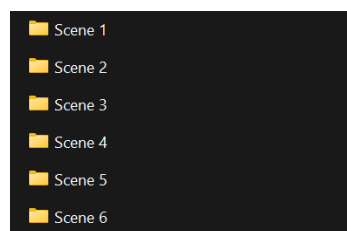
Penulis melakukan pencadangan file sebagai langkah pertama dalam proses editing, untuk memastikan keamanan data dan menghindari kehilangan file selama tahap pascaproduksi.



Gambar 5. Backup File.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.2 Organisasi File

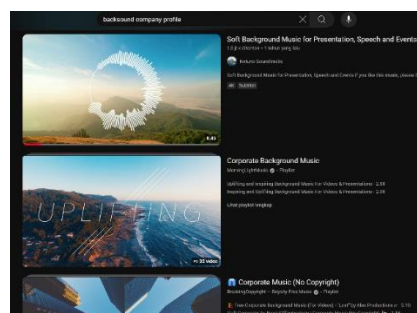
Penulis mengatur dan mengelompokkan file sesuai dengan urutan scene yang ada, untuk mempermudah proses editing dan memastikan alur kerja yang lebih efisien selama pascaproduksi.



Gambar 6. Organisasi File.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.3 Mencari Backsound

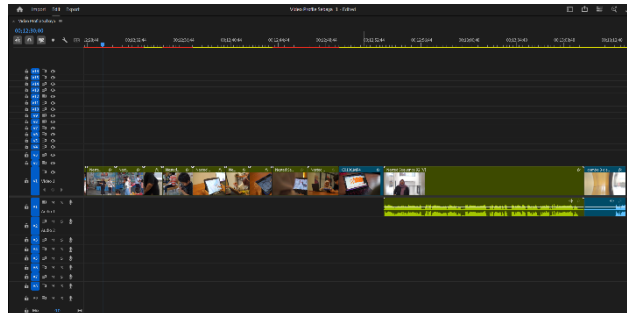
Penulis mencari backsound untuk mendukung suasana dan emosi yang ingin disampaikan dalam video, sehingga meningkatkan pengalaman secara keseluruhan.



Gambar 7. Mencari Backsound.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.4 *Rough Cut*

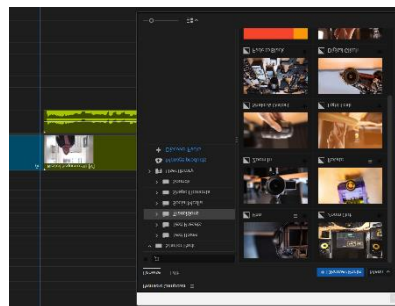
Penulis melakukan proses *Rough Cut* dengan mengacu pada storyboard yang telah disusun sebelumnya, untuk memastikan kesesuaian antara alur cerita dan visual yang diinginkan.



Gambar 8. Proses *Rough Cut*.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.5 Penambahan *Visual Elements*

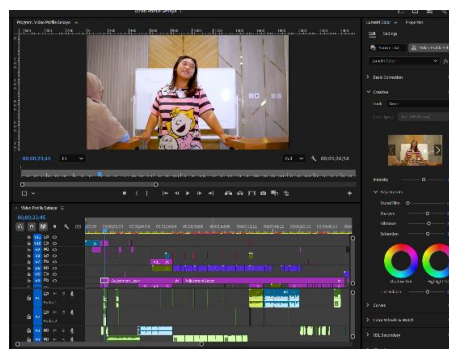
Penulis menggunakan transisi untuk menghubungkan antara satu adegan dengan adegan lainnya, menciptakan alur yang lebih halus dan menjaga kenyamanan visual bagi penonton.



Gambar 9. *Visual Elements*.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.6 *Color Grading*

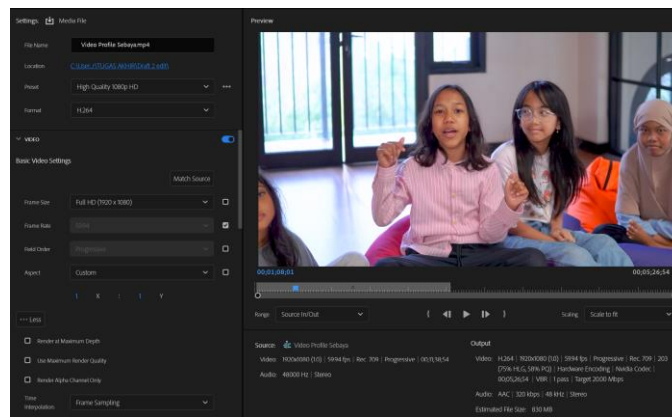
Penulis melakukan proses *color grading* dengan melakukan koreksi dasar untuk menstabilkan warna, sehingga menghasilkan tampilan visual yang lebih konsisten dan nyaman bagi penonton.



Gambar 10. *Color Grading*.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.7 Rendering

Setelah melakukan *Color Grading* penulis melakukan *Rendering*. Ini merupakan proses akhir dalam video di mana semua elemen seperti gambar, suara, efek visual, dan transisi diproses dan digabungkan menjadi satu file video utuh.



Gambar 11. *Rendering*.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.8 Subtitle

Penulis juga menambahkan *Subtitle* menggunakan aplikasi Capcut agar lebih cepat. *Subtitle* yang ditampilkan di bagian bawah layar untuk menerjemahkan atau menyalin dialog dalam video, sehingga membantu penonton memahami isi percakapan.

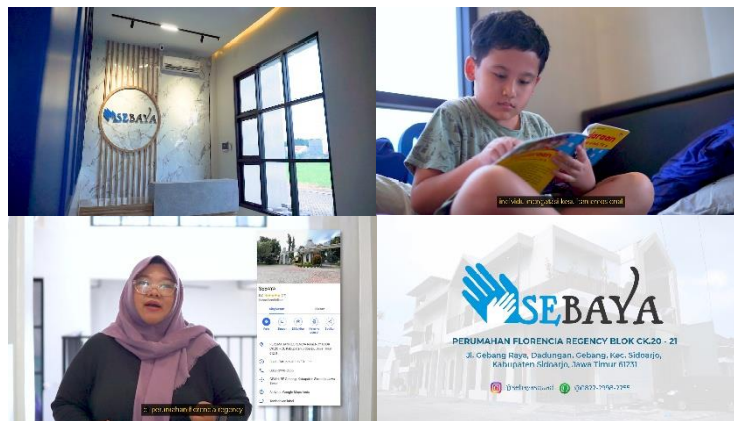


Gambar 12. *Subtitle*.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.4 Hasil Video

1. Platform : Youtube
2. Resolusi Video : 1080p
3. Durasi Video : 05.26
4. Bahasa Video : Bahasa Indonesia
5. Link Video :

https://drive.google.com/drive/folders/1_AAObYF44484MF51sDHfmmstncOXZ94?usp=sharing



Gambar 13. Hasil Video.
 (Sumber: Dokumen Pribadi)

4.5 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang berfungsi untuk melengkapi media utama dalam perancangan ini. Berikut adalah beberapa media pendukung untuk Sekolah PKBM Sebaya Sidoarjo.



Gambar 14. Media Pendukung.
 (Sumber: Dokumen Pribadi)

5 SIMPULAN

Sekolah PKBM Sebaya Sidoarjo adalah lembaga pendidikan nonformal yang berdiri sejak 2015 dan berperan penting dalam memberikan akses pendidikan sesuai kebutuhan peserta didik. Namun, sekolah ini belum memiliki media yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai

program-programnya, sehingga calon peserta didik mengalami kesulitan dalam memahami layanan yang tersedia. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa orang tua calon peserta didik membutuhkan Video Profile untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas.

Perancangan Video Profil ini bertujuan untuk meningkatkan akses informasi, mengatasi tantangan dalam penyampaian program sekolah, serta memperkuat daya tarik institusi. Secara keseluruhan, penggunaan media visual diharapkan dapat menjadi solusi efektif bagi pihak sekolah dalam memperkenalkan program yang tersedia dan mempermudah calon peserta didik dalam memahami informasi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjun Pratama, S., & Rianto, B. (2022). *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFIL DI SMAN 2 TEMBILAHAN 1*.
- Arya, H., Arifianto, P., & Widyasari. (2024). *VIDEO PROFIL KOPERASI UNIT DESA KERTAJAYA KANDANGAN*. 3(4). <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i04>
- Astawa, I. N. (2021). *PENDIDIKAN INKLUSI DALAM MEMAJUKAN PENDIDIKAN NASIONAL Oleh I Nyoman Temon Astawa*. 8. <http://ejournal.ihtn.ac.id/index.php/GW>
- Athoillah, N., & Arifianto, P. (2024). *Menganalisis Peran Konten Video Sebagai Alat Utama Dalam Media Promosi Produk Untuk Meningkatkan Konsumen Dan Keberhasilan Branding*. 2(1), 151–162. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v2i1.1969>
- Fadlillah, M. G., & Febriana, P. (2024). *Jurnal Inovasi Daerah VIDEO PROFIL UNTUK PROMOSI SMA MUHAMMADIYAH 2 SIDOARJO* (Vol. 3, Issue 2).
- Febriani, R., & Mustofa, A. (2024). *PENGUNAAN VIDEOGRAFI SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI ALTERNATIF DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI PUBLIK*. 4.
- Fitri, S. (2021). *Problematika Kualitas Pendidikan di Indonesia*.
- Ichfan, M., A. A., Butsiarah, B., Qadri, M., Taliang, A., Saputra, F. H., & Attahabrani, M. A. (2023). *Video Profil Universitas Teknologi Akba Makassar Berbasis Multimedia. Digital Transformation Technology*, 3(2), 499–504. <https://doi.org/10.47709/digitech.v3i2.2909>
- Manuel, J. (2018). *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SDK YBPK 3 SURABAYA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PROMOSI*. Thomas & Mercer.
- Nurosyid, F., Imanuel, M., Ahmad Patria, A., Annas, A., Hiban Awalumuttaqin, I., Kartika Sari, L., Alvin Fahar Nur Fadhilah, M., Rizky Putri Yusa, R., Niken Kusumaningrum, R., & Bunga Safira, S. (2022). *Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 3, 215–219. <https://syadani.onlinelibrary.id/>
- Teguh Widayanto, M., Saiful Bahri, M., & Rahajeng, Y. (2021). *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement Pembuatan Video Profil Objek Wisata Rawatirta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Sumberkedawung Leces Probolinggo Creating a Video Profile of Rawatirta Tourism Resort to Increase Tourist Visits in Sumberkedawung Village, Leces Probolinggo*. 1(2), 63–68.
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*.