

Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Kabupaten Tebo

Ahmadi Setiawan^{1,*}, Sepriano², Saldi Yulistian³

^{1,2,3}Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi, Indonesia

Email: ^{1*}ahmadisetiawan788@gmail.com, ²seprianomkom@uinjambi.ac.id, ³saldiyulistian@uinjambi.ac.id

(*Email Corresponding Author: ahmadisetiawan788@gmail.com)

Received: July 8, 2025 | Revision: July 11, 2025 | Accepted: August 8, 2025

Abstrak

Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Kabupaten Tebo menghadapi berbagai tantangan dalam upaya meningkatkan citra dan menarik minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Media promosi yang digunakan masih mengandalkan metode tradisional, seperti spanduk dan penyampaian secara lisan, yang dirasa kurang efektif di era digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *video company profile* sebagai media promosi yang lebih modern, guna memperkenalkan Pondok Pesantren kepada *audiens* yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan model pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang terdiri dari enam tahapan: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution*. *Video company profile* ini dirancang menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro 2019, dengan fokus pada pengemasan audiovisual yang menarik dan relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *video company profile* ini memenuhi standar kualitas teknis yang baik, mencakup aspek pencahayaan, resolusi, transisi, dan audio. Dari segi konten, video ini berhasil menyampaikan informasi yang akurat mengenai profil, kegiatan, dan prestasi Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Kabupaten Tebo, sehingga relevan dengan kebutuhan audiens. Evaluasi dari ahli media dan materi menunjukkan bahwa video ini efektif sebagai alat promosi. Uji coba video membuktikan dampaknya dalam menarik perhatian calon santri, orang tua, dan masyarakat, serta memperkuat citra Pondok Pesantren. Dengan demikian, *video company profile* ini berhasil mencapai tujuan penelitian, yakni menciptakan media promosi yang efektif untuk Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Kabupaten Tebo.

Kata Kunci: *Video, Company Profile, Promosi Digital, MDLC dan Pondok Pesantren.*

Abstract

The Hidayatul Mubtadi'in Islamic Boarding School, Tebo Regency, faces various challenges in its efforts to improve its image and attract public interest in this educational institution. The promotional media used still relies on traditional methods, such as banners and verbal delivery, which are deemed less effective in this digital era. This research aims to design a company profile video as a more modern promotional media, in order to introduce Islamic Boarding to a wider audience. The method used in this research is a descriptive qualitative approach with the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) development model, which consists of six stages: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution. This company profile video was designed using the Adobe Premiere Pro 2019 application, with a focus on attractive and relevant audiovisual packaging. The research results show that this company profile video meets good technical quality standards, including aspects of lighting, resolution, transitions and audio. In terms of content, this video succeeds in conveying accurate information regarding the profile, activities and achievements of the Hidayatul Mubtadi'in Islamic Boarding School, Tebo Regency, so that it is relevant to the audience's needs. Evaluation from media and material experts shows that this video is effective as a promotional tool. The video trial proved its impact in attracting the attention of prospective students, parents and the community, as well as strengthening the image of the Islamic Boarding School. Thus, this company profile video succeeded in achieving the research objective, namely creating effective promotional media for the Hidayatul Mubtadi'in Islamic Boarding School, Tebo Regency.

Keywords: *Video, Company Profile, Digital Promotion, MDLC and Islamic Boarding School.*

1. PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam yang ada di Indonesia, yang tidak hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga berperan besar dalam pembentukan karakter, moral, dan akhlak mulia bagi para santri [1]. Perkembangan zaman menuntut masyarakat untuk maju dalam berbagai bidang, termasuk penciptaan *platform* untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara umum [2] Saat ini *Internet* memainkan peran penting dalam pemasaran modern, *Internet* memberi berbagai peluang untuk mempromosikan produk dan layanan [3].

Penggunaan iklan video untuk mempromosikan *Internet* adalah area periklanan yang menjanjikan, konten video dipertimbangkan lebih atraktif dan menarik karena mengandung konten Audiovisual serta dianggap lebih mudah untuk memahami. Salah satu konten video yang sering digunakan adalah *Video Company Profile* [3]. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan iklan video adalah alat yang sangat berharga dalam pemasaran modern, tetapi harus digunakan secara efektif.

Company Profile merupakan bagian sangat penting karena dengan adanya *Company Profile* di sekolah sangat membantu dalam memperkenalkan mempromosikan sekolah tersebut agar terkenal [4]. Untuk memudahkan dalam mengenalkan informasi Pondok Pesantren kepada masyarakat Tebo, khususnya di Kecamatan Rimbo Ulu. Sehingga sangat efektif disaat teknologi yang semakin maju. Selain itu, dibutuhkan nya media komunikasi sebagai informasi dan promosi yang menarik, dalam menyampaikan sebuah informasi yang dibuat kedalam bentuk video editing agar terlihat menarik dan mudah dipahami dalam penyampainya [5]. Dapat disimpulkan bahwa *Company Profile* merupakan sebuah informasi

berupa video untuk membantu, memperkenalkan serta mempromosikan Pondok Pesantren. *Video Company Profile* juga bisa digunakan di bidang lembaga pendidikan, salah satu contoh adalah *Video Company Profile* Pondok Pesantren. Sebagai media Promosi dan informasi dari Pesantren itu sendiri. Selain sebagai media promosi, video profil juga berfungsi sebagai media informasi untuk menyampaikan program pendidikan, fasilitas, dan kegiatan pesantren secara transparan dan terstruktur [6]. Dalam konteks ini, penggunaan media digital tidak hanya memperluas jangkauan informasi tetapi juga meningkatkan daya saing lembaga pendidikan keagamaan di era digital.

Setiap Pondok Pesantren mempunyai cara masing-masing dalam memberikan informasi baik itu tentang profil Pesantren, pendaftaran siswa/siswi, dan sebagainya. Terkait *Video Profile* Pondok Pesantren, hal ini belum dimanfaatkan di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in. Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in adalah sebuah lembaga pendidikan Islam dengan jenjang Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, yang berada di Desa Sukamaju, Kecamatan Rimbo Ulu, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Dalam Observasi awal di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in terdapat beberapa masalah yang ditemukan. Saat ini media promosi masih menggunakan media yang terbilang lama seperti Spanduk/Poster, dan Pesantren yang tidak cukup menyoroti ke unggulan nilai tambah mereka dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain yang ada di daerah tersebut, Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in juga belum memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal, dalam proses belajar mengajar yang dapat menghambat perkembangan santri dalam era digital. Adapun media lain yang digunakan seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* tetapi tidak digunakan secara maksimal, karena tidak konsistennya pengunggahan konten. Hal ini dapat membuat audiens kehilangan minat untuk mendaftar di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in Kabupaten Tebo.

Penelitian sebelumnya oleh Aghnia dan Kusumandyoko (2022) menunjukkan bahwa perancangan video profil Pondok Pesantren Qomaruddin mampu menggambarkan program dan fasilitas pesantren dengan bahasa visual yang komunikatif, serta adaptif dengan perkembangan zaman. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan video sebagai media promosi dapat meningkatkan citra dan daya tarik pondok pesantren di mata masyarakat [7].

Penelitian oleh Stefanus Eko Prasetyo, Jefri, Fadil Mahendra, Vincent Theo, Weni Vivianti, dan Princessa (2021) mengembangkan video company profile untuk Sekolah Islam Integral Luqman dengan menggunakan metode MDLC. Video dirancang dengan memadukan berbagai elemen multimedia seperti gambar, suara, animasi, dan teks, sehingga mampu memberikan informasi secara utuh dan menarik serta membangun kepercayaan publik terhadap sekolah tersebut [8].

Penelitian lain oleh Yuda Ramdani Pratanto, Ahmad Khirul, dan Anwar Yudi Wibowo (2022) berfokus pada perancangan video company profile untuk SMK Muhammadiyah 2 Sragen. Penelitian ini menggunakan observasi lapangan dan beta testing, dan hasilnya menunjukkan bahwa video dapat menyampaikan informasi sekolah secara praktis dan mudah dipahami tanpa harus melakukan kunjungan langsung ke lokasi [9].

Terakhir, penelitian oleh Willy Fernando dan Muhammad Ardiansyah (2022) menerapkan metode MDLC untuk pembuatan video profil SMK Al-Azhar Batam. Penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Video yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga dapat dengan mudah disebarluaskan secara daring melalui tautan dan media sosial, menjadikannya media promosi yang efisien [10].

Video Company Profile sangat berguna untuk menarik calon siswa/siswi baru, bagi Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in serta meningkatkan citra Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in agar semakin dikenal di kalangan Masyarakat, selain itu melalui perancangan *Video Company Profile* ini akan meningkatkan minat masyarakat sekitar untuk lebih tertarik masuk di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in. Dalam *Video Company Profile* yang akan digunakan untuk mempromosikan Pondok Pesantren menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development life cycle*).

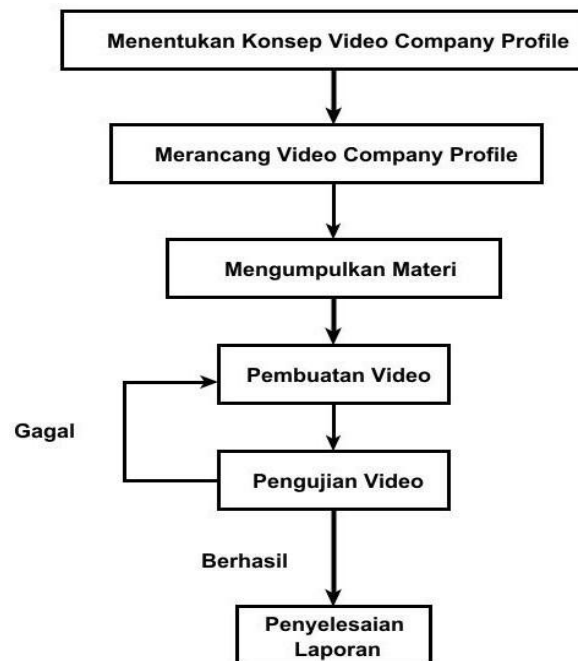
Metode MDLC (*Multimedia Development life cycle*) adalah metode yang sesuai dalam merancang dan mengembangkan suatu media yang merupakan gabungan dari media gambar, suara, video, animasi dan lainnya. Metode MDLC memiliki enam tahapan sebagai berikut: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing and Distribution* [11]. Metode MDLC cocok untuk perancangan multimedia dan tahap-tahapnya dapat saling bertukar posisi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hal utama yang sangat penting adalah pada tahap pengonsepan, dimana dalam tahap ini tujuan video, pengguna video, karakteristik pengguna video, jenis video dan karakteristik detail video dipersiapkan dengan matang sebelum tahap pembuatan sehingga hasil akhir dari video dapat diterima dengan baik oleh pengguna akhir [12].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, jenis penelitian deskriptif adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena atau keadaan yang sedang diteliti secara mendalam [13]. Dalam konteks penelitian kualitatif deskriptif ini dapat digunakan dalam perancangan *Video Company Profile* di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in Kabupaten Tebo.

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan serangkaian langkah sistematis yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian secara terstruktur. Setiap tahapan disusun agar memudahkan proses perancangan, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil penelitian [14]. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi penentuan konsep, perancangan, pengumpulan materi, pembuatan video, pengujian, dan penyusunan laporan. Jika pada tahap pengujian video ditemukan kegagalan, maka proses kembali ke tahap pembuatan video.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Perancangan

Dalam melakukan penelitian, penulis membuat tahapan-tahapan penelitian agar memudahkan dalam pengerjaan penelitian. Untuk tahap penelitian yang dibuat, penulis menggunakan tahapan penelitian yang berbasis dari tahapan *MDLC (Multimedia Development Life Cycle)*. Menurut Sumaryana dan Hikmatyar (2020) mengatakan bahwa *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* terdiri dari 6 (enam) tahapan kegiatan yang dilakukan [15], yaitu:

1. Konsep (*Concept*)

Tahap konsep merupakan tahap awal dalam siklus *MDLC*. Pada tahap konsep, dimulai dengan menentukan tujuan pembuatan aplikasi serta menentukan pengguna aplikasi tersebut.

2. Perancangan (*Design*)

Konsep yang sudah matang akan memudahkan dalam menggambarkan apa yang harus dilakukan. Tujuan dari tahap perancangan adalah membuat spesifikasi secara terperinci mengenai arsitektur proyek, tampilan dan kebutuhan material proyek, serta gaya. Tahap ini menggunakan *storyboard* untuk menggambarkan rangkaian cerita atau deskripsi tiap *Scene* sehingga dapat dimengerti oleh pengguna, dengan mencantumkan semua objek multimedia dan tautan ke *Scene* lain.

3. Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*)

Material Collecting adalah tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan. Bahan-bahan tersebut antara lain gambar, foto, animasi, video, audio, serta teks baik yang sudah jadi ataupun yang masih perlu dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang ada. Bahan-bahan tersebut dapat diperoleh secara gratis atau dengan pemesanan kepada pihak lain sesuai dengan rancangan yang telah dibuat pada tahap sebelumnya.

4. Pembuatan (*Assembly*)

Tahap *assembly* adalah tahap pembuatan keseluruhan bahan multimedia. Aplikasi yang akan dibuat didasarkan pada tahap design, seperti *storyboard*. Tahap ini biasanya menggunakan perangkat lunak *authoring*.

5. Pengujian (*Testing*)

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pembuatan aplikasi multimedia sesuai dengan rencana. Ada dua jenis pengujian yang digunakan, yaitu pengujian alpha dan pengujian beta. Pengujian alpha seperti menampilkan tiap halaman, fungsi tombol serta suara yang dihasilkan. Jika ada *malfuction* maka aplikasi akan segera diperbaiki. Jika telah lolos dalam pengujian alpha maka akan dilanjutkan dengan pengujian beta. Pengujian beta adalah pengujian yang dilakukan oleh pengguna, dengan membuat kuisioner tentang aplikasi yang dibuat.

6. Distribusi (*Distribution*)

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam siklus pengembangan multimedia. Pendistribusian dilakukan setelah aplikasi dinyatakan layak pakai berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam proses pendistribusian, aplikasi akan disimpan dan disebarluaskan melalui media penyimpanan seperti *CD (Compact Disk)*, perangkat *mobile*, atau situs *web*, tergantung pada kebutuhan dan target audiens. Selain itu, media distribusi harus dipilih dengan mempertimbangkan kemudahan akses oleh pengguna. Jika ukuran aplikasi terlalu besar untuk media penyimpanan yang tersedia, maka proses kompresi atau pengoptimalan akan dilakukan agar aplikasi tetap dapat digunakan tanpa mengurangi kualitasnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan mengulas hasil dari penelitian yang dilakukan dalam perancangan *video company profile* untuk Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in. *Output* yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebuah *video company profile* dalam format *MP4* yang memuat informasi terkait sejarah, visi, misi, kegiatan pendidikan, serta struktur organisasi Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in. Video ini diharapkan dapat menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan pesantren kepada masyarakat luas. Dalam proses perancangannya, digunakan metode *MDLC (Multimedia Development Life Cycle)* adalah sebagai berikut:

3.1 Tahap Konsep

Pada tahap konsep, penulis terlebih dahulu melakukan proses identifikasi terhadap tujuan utama yang ingin dicapai melalui pembuatan *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in Kabupaten Tebo. Video ini dirancang untuk menjadi media yang efektif dalam memperkenalkan pondok pesantren tersebut kepada masyarakat, baik di tingkat lokal maupun nasional, sehingga mampu berfungsi sebagai alat promosi sekaligus sumber informasi yang kredibel. Dalam proses perumusan konsep, penulis menekankan pentingnya menghadirkan informasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendalam secara konten. Tujuan utama dari video ini adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang pesantren, yang mencakup sejarah pendiriannya, visi dan misi yang menjadi landasan operasionalnya, serta kegiatan pendidikan yang ditawarkan kepada para santri. Dalam hal ini, konsep video dirancang dengan pendekatan yang informatif sekaligus persuasif, sehingga dapat menarik minat calon santri, orang tua, dan masyarakat umum untuk mengenal lebih jauh pesantren tersebut.

Selain itu, penentuan audiens menjadi aspek yang sangat diperhatikan dalam tahap ini. *Audiens* utama video meliputi calon santri, wali santri, dan masyarakat luas yang mungkin tertarik dengan nilai-nilai pendidikan berbasis Islam yang ditawarkan oleh pesantren. Oleh karena itu, narasi dalam video dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan informasi *audiens*, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan efektif. Dengan pendekatan yang sistematis ini, diharapkan video mampu meningkatkan daya tarik pesantren sekaligus memperkuat citra positifnya di mata masyarakat.

3.2 Tahap Perancangan

Setelah konsep ditetapkan, penulis melanjutkan ke tahap perancangan video. Pada tahap ini, dilakukan penyusunan naskah dan *storyboard* yang akan menjadi acuan dalam pembuatan video. Naskah video dibuat untuk mengatur penyampaian informasi secara sistematis, sementara *storyboard* menyusun urutan visual dan adegan yang akan ditampilkan. Gaya penyajian video dipilih agar sesuai dengan karakter Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in, dengan *tone* yang profesional namun tetap bersahaja. Penyajian visual dan audio dipilih agar dapat menggambarkan nilai-nilai pesantren dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Tahapan proses perancangan ini adalah sebagai berikut:

a. Materi

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan berbagai informasi dan data yang relevan untuk dimasukkan ke dalam video. Materi mencakup data tentang sejarah berdirinya Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in, visi, misi, program pendidikan, fasilitas, hingga kegiatan-kegiatan yang mencerminkan kehidupan pesantren sehari-hari. Selain itu, penulis juga mengumpulkan foto, video, dan elemen pendukung lainnya yang akan digunakan untuk memperkuat narasi dalam video.

b. Naskah

Naskah berfungsi sebagai panduan utama dalam penyampaian informasi pada video. Penulis menyusun naskah dengan menggunakan pendekatan sistematis, dimulai dari pengenalan pesantren, penyampaian poin-poin penting seperti program pendidikan dan fasilitas, hingga penutup yang memberikan ajakan kepada audiens. Setiap kalimat dalam naskah dirancang agar komunikatif, sesuai dengan karakter audiens, dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas.

c. Storyboard

Storyboard ini dirancang untuk menjadi pedoman visual dalam proses produksi *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in. Dalam *storyboard* ini, setiap adegan telah disusun secara kronologis dengan memperhatikan elemen-elemen penting seperti sudut pengambilan gambar, durasi, narasi, serta transisi antar adegan. Tujuan utama dari video ini adalah untuk menampilkan nilai-nilai utama pesantren, sejarah, visi dan

misi, serta fasilitas yang dimiliki secara menarik dan informatif. Proses penyusunan *storyboard* mencakup langkah-langkah berikut:

- 1) Perencanaan Visual: Adegan dirancang untuk mencerminkan identitas dan karakter pesantren melalui variasi teknik pengambilan gambar seperti *bird's eye view*, *Close-Up*, *Medium Shot*, hingga *Long Shot*.
- 2) Pengintegrasian Narasi: Setiap adegan dilengkapi dengan narasi suara (*voice-over*) dan teks pendukung (*Subtitle*), sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.
- 3) Penekanan pada Nilai dan Informasi Utama: Dalam *storyboard*, beberapa adegan fokus pada sejarah pesantren, kegiatan pendidikan, serta prestasi santri, menggunakan pengambilan gambar yang mendukung emosi dan pesan dari masing-masing adegan.

3.3 Tahap Pengumpulan Materi

Pada tahap pengumpulan materi, penulis mengumpulkan berbagai elemen yang dibutuhkan untuk pembuatan video. Materi tersebut meliputi foto dan video kegiatan pesantren, dokumentasi acara penting, serta cuplikan wawancara dengan pengurus pesantren dan santri. Selain itu, materi teks yang menjelaskan sejarah, visi, misi, serta struktur organisasi pesantren juga dikumpulkan untuk dimasukkan ke dalam video. Pengumpulan materi dilakukan dengan cermat agar setiap elemen dapat mendukung penyampaian informasi yang efektif.

3.4 Tahap Pembuatan

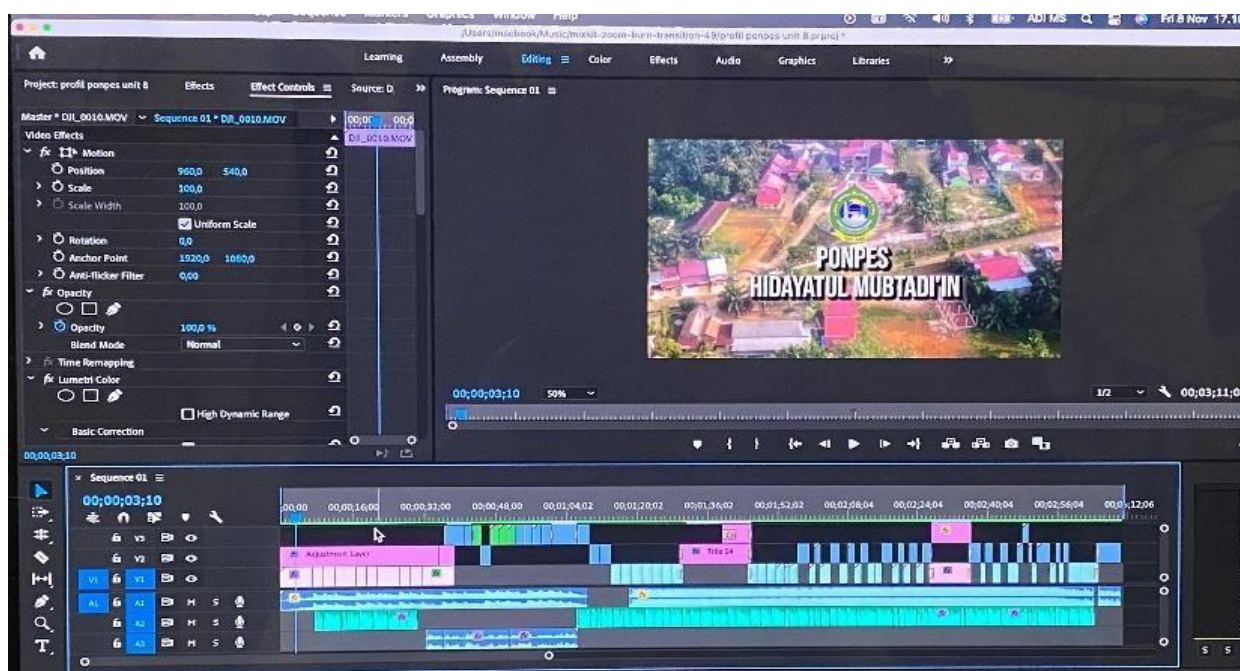
Pada tahap pembuatan, seluruh materi yang telah dikumpulkan digabungkan dalam proses editing untuk menghasilkan *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in. Proses pembuatan video ini mencakup penyusunan visual, pengaturan audio, serta penambahan teks dan grafis yang mendukung informasi. Setiap elemen video disesuaikan dengan alur yang telah ditetapkan dalam *storyboard* dan naskah. Proses editing dilakukan dengan tujuan menghasilkan video yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik perhatian audiens dan mudah dipahami.

Proses pembuatan *Video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



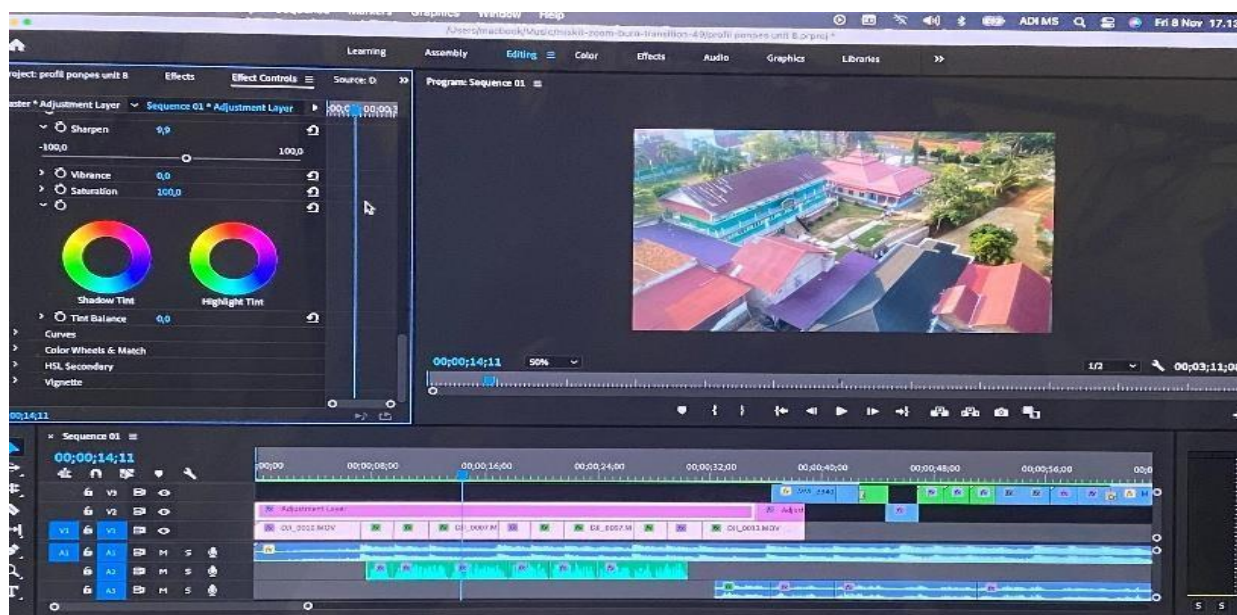
Gambar 2. Proses Pertama Pembuatan Video company profile Ponpes Hidayatul Muhtadi'in

Pada gambar diatas, penulis memilih format *Mp4 (MPEG-4 Part 14)* untuk *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in. Format ini dipilih karena efisiensinya dalam kompresi *file*. Memungkinkan video tetap berkualitas dengan ukuran yang kecil, serta memudahkan pengunggahan dan distribusi ke berbagai *platform* digital.



Gambar 3. Proses Import

Pada gambar diatas, proses *import file* mentahan hasil pengambilan gambar menggunakan drone dan kamera dilakukan dengan memindahkan footage yang tersimpan di perangkat penyimpanan ke dalam *Adobe Premiere*. *File* dapat diimport melalui menu *Import* atau dengan cara *drag and drop* ke media bin. Proses ini bertujuan untuk memastikan semua *footage* siap digunakan dan tersedia dalam aplikasi untuk tahap penyuntingan *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in.



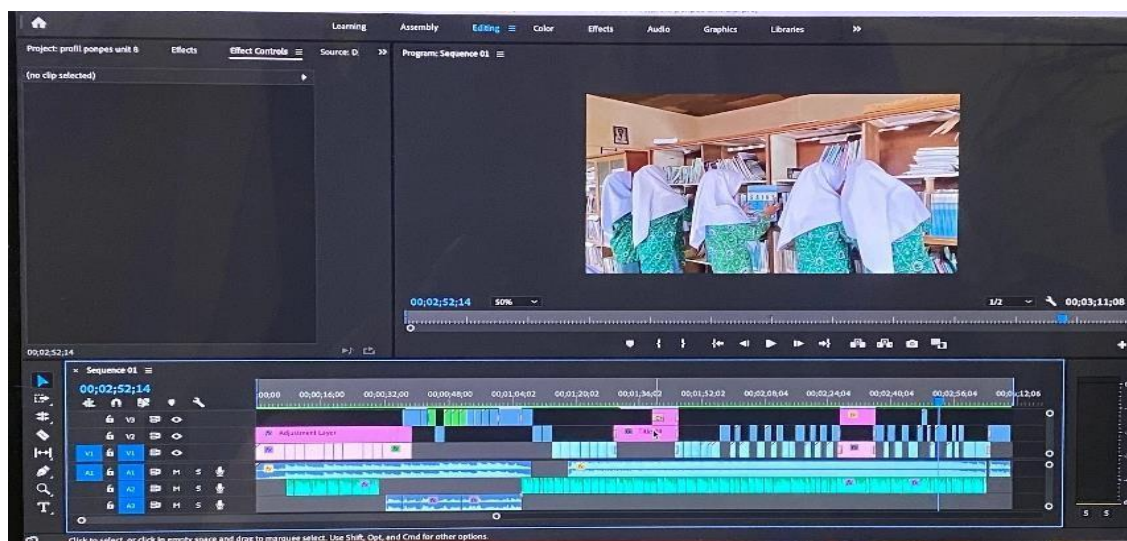
Gambar 4. Proses Editing video company profile Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in

Pada gambar diatas, setelah *file* diimport ke *Adobe Premiere*, penulis memilih dan menyesuaikan *footage* sesuai dengan kebutuhan video. Penulis melakukan seleksi klip yang sesuai dengan narasi, kemudian mengatur durasi, posisi, dan urutan klip di *timeline* untuk memastikan alur cerita video terstruktur dengan baik. Penyesuaian ini juga mencakup pemotongan, transisi antar-klip, dan penambahan elemen visual seperti teks atau grafik.



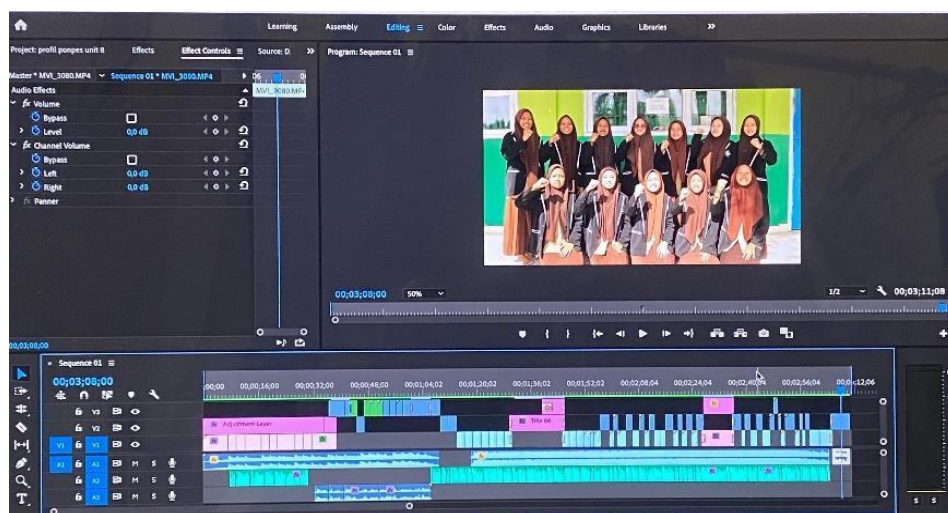
Gambar 5. Proses Lanjutan *Editing video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in

Pada gambar diatas, terlihat langkah selanjutnya dalam proses editing video, yaitu penyesuaian *audio* dan penambahan *sound effect*. Setelah video terstruktur dengan baik, penulis akan memeriksa kualitas audio untuk memastikan suara yang terekam jelas dan seimbang. Proses ini termasuk menyesuaikan *volume* suara narator (*voice over*), musik latar, dan efek suara agar tercipta keselarasan audio yang mendukung alur video. Penambahan *sound effect* dilakukan untuk memperkuat momen-momen tertentu dalam video, seperti suara latar alam, suara aktivitas di pondok pesantren, atau suara lainnya yang relevan dengan tema video.



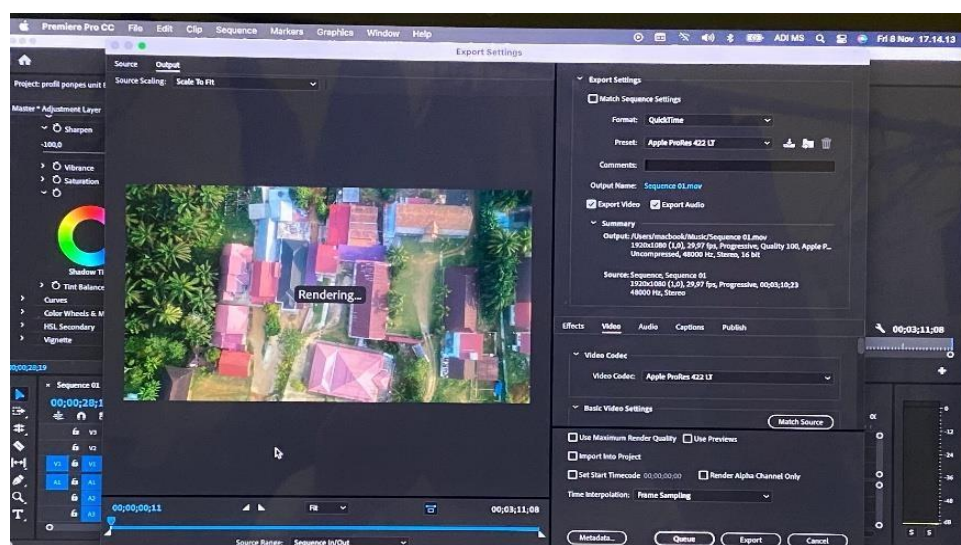
Gambar 6. Masih dalam Proses lanjutan *Editing video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in

Pada gambar diatas, penulis menambahkan teks dan grafik ke dalam video, seperti informasi penting, visi-misi, atau kutipan. Grafik digunakan untuk menambahkan visualisasi, seperti animasi logo. Penempatan teks dan grafik disesuaikan dengan ritme video agar tidak mengganggu alur cerita.



Gambar 7. Proses Akhir *Editing*

Pada gambar diatas, penulis melakukan finalisasi dan pengecekan keseluruhan video. Pada tahap ini, semua elemen yang telah diedit, seperti video, audio, teks, dan grafik, digabungkan menjadi satu kesatuan yang utuh. Penulis melakukan review untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis, seperti potongan klip yang tidak tepat atau audio yang tidak sinkron. Proses ini juga termasuk *rendering preview* untuk melihat hasil akhir video dalam kualitas rendah sebelum melakukan rendering final.



Gambar 8. Proses *Rendering*

Pada gambar diatas, proses *rendering* dimulai sebagai langkah terakhir dalam tahapan *editing video*. Setelah semua elemen, termasuk video, audio, teks, dan grafik, disusun dengan sempurna, proses rendering dilakukan untuk mengonversi proyek editing menjadi *file* video yang siap dipublikasikan. Hasil akhir dari proses pembuatan *Video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Intro pembuka



Gambar 10. Menjelaskan Sejarah dari Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in



Gambar 11. Penyampaian sambutan dari pengasuh Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in yaitu Bapak K.H Muhammad Zakaria



Gambar 12. Menjelaskan Lokasi Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in

VISI
**MENCETAK GENERASI YANG BERAKHLAKUL KARIMAH,
BERINTEGRITAS TINGGI DAN MENGUASAI LIFE SKILL**

MISI
**BERUSAHA MEMBENTENGI MASYARAKAT
DARI HAL NEGATIVE DENGAN AMAR MARUF NAHI MUNKAR**

Gambar 13. Menjelaskan Visi & Misi dari Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in



Gambar 14. Menjelaskan Selayang Pandang dan Kegiatan Pendidikan yang ada di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in



Gambar 15. Menjelaskan Prestasi yang pernah diraih santri santriwati Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in



Gambar 16. Menjelaskan Fasilitas dari Pondok Pesantren Hidayatul Muftadi'in



Gambar 17. Para santriwati mengajak untuk mondok di Ponpes Hidayatul Muhtadi'in



Gambar 18. Menampilkan Brosur Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in secara keseluruhan



Gambar 19. Penutup

3.5 Tahap Pengujian

Video diuji melalui metode *beta testing* oleh dua evaluator: ahli materi dan ahli media. Evaluasi menggunakan skala Likert (1–5) terhadap aspek isi dan teknis.

Hasil pengujian menunjukkan skor rata-rata 4.8 dari ahli materi dan 4.4 dari ahli media. Ini menandakan bahwa video sangat layak digunakan sebagai media promosi, dengan keunggulan pada akurasi konten, kualitas visual dan audio, serta desain yang menarik.

Tabel 1. Hasil Penilaian Ahli

Aspek Penilaian	Ahli Materi	Ahli Media
Akurasi Informasi	5.0	-
Relevansi Konten	4.5	-
Keterpahaman Materi	5.0	-
Relevansi Budaya	4.5	-
Daya Tarik Materi	5.0	-
Kualitas Visual	-	4.5

Aspek Penilaian	Ahli Materi	Ahli Media
Kualitas Audio	-	5.0
Keefektifan Media	-	4.5
Desain dan Animasi	-	3.5
Daya Tarik Visual	-	4.5

Nilai tinggi pada kedua aspek menunjukkan bahwa video memenuhi standar kualitas konten dan teknis sebagai media promosi digital. Hasil pengujian beta testing ini memberikan feedback yang berguna untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas video. Dengan melibatkan kedua ahli, proses ini memastikan bahwa video yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan utama sebagai media promosi dan informasi yang efektif, serta dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

3.6 Tahap Distribusi

Setelah video selesai dibuat, tahap berikutnya adalah distribusi. *Video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in diunggah ke *platform* Digital *YouTube* sebagai sarana utama untuk menjangkau masyarakat secara luas.

Pemilihan *YouTube* sebagai media distribusi dipertimbangkan karena aksesibilitasnya yang tinggi dan kemampuannya menjangkau berbagai kalangan. Selain itu, tautan video tersebut juga dibagikan melalui akun media sosial resmi pesantren untuk mendukung kegiatan promosi dan memperkenalkan profil lembaga kepada masyarakat sekitar serta calon santri. Dengan distribusi yang tepat, diharapkan video ini dapat memperkenalkan Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in kepada khalayak yang lebih luas dan memberikan dampak positif bagi perkembangan pesantren. *Video company profile* ini dapat diakses melalui tautan berikut: <https://youtu.be/9QsfLLLeBVM?si=skeSluff5KBfp4oe>.

Distribusi video dilakukan melalui *platform* berbagi video *YouTube*, yang merupakan *platform* paling populer dan efektif untuk menjangkau audiens secara luas.



Gambar 20. Tampilan Awal *Video Company Profile* Yang di Upload Pada Platform *YouTube*

3.7 Pembahasan Penelitian

Video company profile Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in dikembangkan secara sistematis menggunakan metode MDLC yang mencakup enam tahap: konsep, perancangan, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Tujuan utama video adalah untuk mempromosikan pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul.

Proses perancangan melibatkan naskah, storyboard sebanyak 79 adegan, serta berbagai teknik pengambilan gambar. Materi dikumpulkan dari dokumentasi pesantren dan partisipasi langsung santri. Pembuatan video menggunakan Adobe Premiere Pro dengan fokus pada kualitas visual dan audio.

Pengujian melibatkan dua ahli dengan hasil skor rata-rata 4.8 (materi) dan 4.4 (media), menandakan kualitas konten dan teknis sangat baik. Video berdurasi 3 menit 32 detik dan didistribusikan secara digital melalui *YouTube* dan media sosial. Secara keseluruhan, video ini efektif sebagai media promosi dan memenuhi tujuan penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian melalui metode beta testing, *video company profile* Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi'in Tebo terbukti memiliki kualitas teknis yang sangat baik, dengan tampilan visual yang tajam, transisi antar-klip yang halus, serta audio yang jernih dan nyaman di berbagai perangkat. Dari sisi konten, video menyajikan informasi yang akurat, relevan, dan disusun secara sistematis, mencerminkan visi, misi, kegiatan pendidikan, serta pencapaian pondok pesantren secara utuh. Evaluasi dari ahli materi dan media memberikan skor rata-rata tinggi, yaitu 4.8 dan 4.4, yang mengindikasikan bahwa video ini layak sebagai media promosi. Dampaknya terhadap audiens juga cukup signifikan, terutama dalam meningkatkan minat calon santri dan memperkuat citra pondok pesantren di tengah

masyarakat. Dengan demikian, video ini tidak hanya memenuhi standar teknis dan isi, tetapi juga berhasil mencapai tujuan penelitian sebagai media promosi digital yang efektif, komunikatif, dan strategis untuk memperluas jangkauan informasi tentang Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Tebo.

REFERENCES

- [1] H. Syahputra, "Pesantren di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter," *Jurnal Al-Urwatul Wutsqo*, vol. 7, no. 1, pp. 55–63, 2023.
- [2] D. E. Valentino and M. J. Hardiansyah, "Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung," *Tematik*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2020.
- [3] H. Sama and A. Budiman, "Perancangan Dan Implementasi Video Profil Di Sekolah SMA Maitreyawira Batam Menggunakan Metode MDLC," in *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 2022, pp. 1178–1186.
- [4] R. Rahmat, I. Yuliana, and N. Nurfatimah, "Pembuatan Company Profile Pondok Pesantren Miftahul Huda Dalam Bentuk Website Menggunakan Metode Waterfall," *Jurnal Sains dan Sains Terapan (JSSAINSTEK)*, vol. 9, no. 2, pp. 123–130, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jssainstek/article/view/6385>
- [5] S. Widada, A. K. W. Tama, and N. Lestari, "Video Profile Sebagai Media Promosi Pada Mts Al-Husna Ypihn Curug Kabupaten Tangerang," *Journal Cerita*, vol. 6, no. 1, pp. 39–51, 2020.
- [6] S. Purnomo and M. Marwanti, "Perancangan Media Promosi Video Company Profile Ponpes Miftahul Huda," *Jurnal Desain Visual Indonesia*, vol. 5, no. 1, pp. 88–94, 2021, [Online]. Available: <https://repository.usahidsolo.ac.id/id/eprint/2622>
- [7] I. Aghnia and T. C. Kusumandyoko, "Perancangan Video Profil Pondok Pesantren Qomaruddin Bungah Gresik," *Jurnal Barik*, vol. 3, no. 2, pp. 202–212, 2022.
- [8] S. E. Prasetyo, J. Jefri, F. Mahendra, V. Theo, W. Vivianti, and P. Princessa, "Pembuatan Video Company Profile Untuk Mengenalkan Sekolah Islam Integral Luqman Kepada Masyarakat Kota Batam," in *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Sep. 2021, pp. 548–552.
- [9] Y. R. Pratanto and A. K. Anwar, "Perancangan Company Profile SMK Muhammadiyah 2 Sragen," *JURNAL KEMADHA*, vol. 12, no. 1, pp. 33–52, 2022.
- [10] M. Ardiansyah and W. Fernando, "Perancangan dan Implementasi Video Profil Sekolah SMK Al-Azhar Batam menggunakan MDLC," *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, Jan. 2023, doi: 10.37253/se.v1i1.7334.
- [11] A. Gunawan, U. P. Raya, R. A. Uda, U. P. Raya, S. S. Sinaga, and U. P. Raya, "Artikel Media Pembelajaran Sejarah Presiden Indonesia Dengan," *November*, pp. 0–12, 2022.
- [12] R. Roedavan, B. Pudjoatmodjo, and A. P. Sujana, "Multimedia Development Life Cycle (MDLC)," *Teknologi Dan Informasi, Multimedia*, vol. 7, 2022.
- [13] D. Rosyada and Murodi, *Penelitian kualitatif untuk ilmu pendidikan*. 2020. Accessed: Jul. 05, 2025. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=kXIREAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- [14] N. N. Septiana, Z. Khoiriyah, and Shaleh, "Metode Penelitian Studi Kasus dalam Pendekatan Kualitatif," *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, vol. 10, no. 04, pp. 233–243, 2024, doi: 10.36989/didaktik.v10i04.5181.
- [15] Y. Sumaryana and M. Hikmatyar, "Aplikasi Pembelajaran Siswa Sekolah Dasar Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)," *TelKa*, vol. 10, no. 2, pp. 117–124, 2020.