

PERANCANGAN VIDEO PROFIL SEKOLAH MONTE SIENNA BATAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Dymetrio Alberthin Siregar*. Agung Riyadi*

Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam
Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

ARTICLE INFO

Article history :

Received Jun 12th, 201x
Revised Aug 20th, 201x
Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Video Profil
Sekolah
Media Promosi
ADDIE
Skala Likert

ABSTRAK

Sekolah Monte Sienna Batam menghadapi tantangan dalam hal jumlah pendaftar dan minat calon peserta didik, karena keunggulan sekolah berupa kurikulum *International Baccalaureate* (IB), fasilitas, dan program non-akademik belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas akibat minimnya media promosi yang menarik dan mudah diakses. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menghasilkan rancangan video profil sekolah, yang dapat berfungsi sebagai sarana promosi, sekaligus mengukur seberapa besar pengaruh video tersebut terhadap ketertarikan calon peserta didik dan orang tua untuk bergabung. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian dan pengembangan (R&D) dengan menerapkan kerangka kerja ADDIE, yang terdiri dari lima langkah, yaitu : mengkaji kebutuhan, Menyusun rancangan, mewujudkan produk, menerapkannya dilapangan dan men. Kelayakan produk diuji melalui dua tahapan berbeda, yakni pengujian Alpha yang melibatkan penilai internal sekolah, dan pengujian Beta yang menyasar langsung calon peserta didik, orang tua, serta Masyarakat umum sebagai kelompok sasaran. Perolehan skor rata-rata pada pengujian Alpha tercatat sebesar 4,5 dengan kategori Sangat Setuju, sedangkan hasil pengujian Beta menghasilkan skor 4,4 yang tergolong Sangat Efektif. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa video profil yang telah dihasilkan dapat dinyatakan layak untuk digunakan sebagai sarana promosi resmi Sekolah Monte Sienna Batam guna menumbuhkan minat calon peserta didik dan orang tua.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science
All rights reserved

Corresponding Author :

Dymetrio Alberthin Siregar,
Teknologi Rekayasa Multimedia
Politeknik Negeri Batam
Bengkong Palapa Swadaya Blok HH No 22, Bengkong, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia
Email : dymetriosiregar945@gmail.com

1. PENDAHULUAN.

Kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi pada masa kini telah turut mengubah pola lembaga pendidikan dalam menyampaikan informasi maupun menjalankan kegiatan promosinya. Media digital, terutama video dinilai memiliki keunggulan dibandingkan media cetak seperti brosur atau poster dalam penyampaian pesan informasi. Hal ini disebabkan oleh kapasitas video untuk memadukan unsur visual dinamis, narasi suara, latar musik, dan grafis dalam satu kesatuan, yang pada gilirannya memperkuat pembentukan persepsi pada audiens[1].

Pada lingkup pendidikan, video profil berperan sebagai sarana pengenalan identitas lembaga mencakup visi-misi, fasilitas, hingga prestasi kepada masyarakat. Media ini dipandang efektif sebagai alat promosi sebab mampu merangkum informasi secara utuh sekaligus tetap menarik perhatian calon peserta didik beserta orang tua. [2]. Tren penggunaan internet dan media sosial turut mendorong

penggunaan video sebagai media promosi pendidikan, karena *audiens* saat ini lebih responsif terhadap konten visual yang singkat, informatif, dan mudah diakses melalui berbagai platform digital.

Sekolah Monte Sienna Batam menekankan pengembangan karakter, akademik, serta potensi individu siswa melalui lingkungan belajar yang suportif dan berorientasi global, dengan menerapkan kurikulum *International Baccalaureate* (IB). Selain berfokus pada prestasi akademik, sekolah ini juga mengembangkan berbagai kegiatan non-akademik untuk mendukung minat dan bakat siswa. Meski demikian, jumlah pendaftar masih menjadi kendala tersendiri, tercatat hanya sekitar 200 murid yang mendaftar pada tahun 2026-2027. Minimnya penyampaian informasi yang menarik dan mudah diakses membuat keunggulan sekolah belum banyak diketahui oleh calon siswa maupun orang tua.

Berdasarkan kondisi tersebut, sekolah memerlukan media promosi yang dapat memaparkan identitas, fasilitas, serta keunggulan secara informatif namun tetap menarik, diantaranya melalui pembuatan video profil. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa video profil dan video *marketing* efektif dalam membangun citra institusi dan memengaruhi minat *Audiens*, namun penelitian yang secara khusus merancang video profil untuk Sekolah Monte Sienna Batam dengan pendekatan ADDIE dan pengujian melalui *Alpha* dan *Beta Testing* belum ditemukan. Penelitian ini disusun untuk menutup kesenjangan tersebut, yaitu dengan merancang video profil sebagai media promosi yang informatif dan menarik, sekaligus mengukur sejauh mana efektivitasnya dalam menumbuhkan minat calon peserta didik dan orang tua.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian *Research and Development* (R&D) digunakan dalam penelitian ini guna menghasilkan produk multimedia, yaitu video profil Sekolah Monte Sienna Batam, yang informatif, menarik, dan layak dipakai sebagai media promosi. Data terkait kelayakan dan kualitas video diperoleh melalui instrument yang bersifat terukur, oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan hasil analisis disajikan dalam bentuk skor, nilai rata-rata, dan persentase. Penelitian ini mengadopsi model ADDIE sebagai kerangka pengembangan, yang mencakup lima tahapan pokok, yaitu analisis, desain, pengembangan, implementasi, serta evaluasi.

2.1 Studi Literatur

Untuk memberikan acuan perbandingan bagi penelitian yang dilakukan, para peneliti melakukan tinjauan Pustaka dengan mengumpulkan referensi dari studi-studi sebelumnya yang relevan. Referensi-referensi tersebut kemudian digunakan untuk Menyusun kerangka teoritis terkait desain video promosi, serta metode-metode yang digunakan.

2.1.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini berfungsi sebagai acuan dan landasan untuk perbandingan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian menggunakan beberapa penelitian sebagai titik perbandingan. Penelitian-penelitian yang dimasukkan dalam tinjauan Pustaka disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Ringkasan	Kaitan dengan Proyek
Nurmalasari & Correspondence (2024)	Analisis Pemanfaatan Video Marketing Sebagai Trend Strategi Pemasaran di Era Digital	Penelitian ini mengkaji peran pemasaran video sebagai strategi pemasaran yang efektif di era digital. Pemasaran video dapat meningkatkan keterlibatan audiens melalui kombinasi unsur visual, video, audio dan narasi yang persuasif,	Menjadi dasar teoritis penggunaan video sebagai media promosi sekolah karena menunjukkan efektivitas video dalam meningkatkan daya tarik di mata calon

Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Ringkasan	Kaitan dengan Proyek
		sehingga memengaruhi minat dan keterlibatan audiens.	peserta didik dan orang tua.
Meidariani Henra & Sudipa (2024)	Efektivitas Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi	Penelitian ini mengkaji efektivitas video profil sekolah dalam menyampaikan informasi dan membangun citra positif lembaga pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil sekolah mampu meningkatkan pemahaman dan ketertarikan calon peserta didik dan orang tua.	Mendukung perancangan video profil Sekolah Monte Siena Batam sebagai media pemasaran yang bertujuan menumbuhkan minat calon peserta didik dan orang tua.
Sipayung & Rochmawati (2023)	Pemanfaatan Video Profil Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sekolah.	Penelitian ini membahas pemanfaatan video profil sebagai sarana promosi untuk meningkatkan eksistensi lembaga pendidikan. Video profil dinilai efektif karena mampu menampilkan identitas, fasilitas, dan keunggulan sekolah secara visual dan informatif.	Menjadi referensi dalam penyusunan konten video profil yang menampilkan identitas, fasilitas, dan keunggulan Sekolah Monte Siena Batam.
History (2021)	Pengaruh Media Video Terhadap Motivasi dan Pemahaman <i>Audiens</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa media video memiliki pengaruh positif terhadap motivasi dan pemahaman <i>audiens</i> . Video lebih efektif dibandingkan media teks dalam menyampaikan informasi.	Memberikan penguatan teoritis bahwa media video efektif dalam menyampaikan pesan informatif dan persuasif pada video profil sekolah.

2.1.2 Dasar Teori

a. Media promosi

Secara umum, media promosi dapat dipahami sebagai alat komunikasi yang digunakan untuk membangun citra positif suatu produk, jasa, ataupun Lembaga di mata audiens. Sementara itu, promosi sendiri merupakan rangkaian upaya komunikasi yang ditunjukkan agar target pasar memahami nilai suatu produk atau jasa, sehingga pada akhirnya mendorong minat dan Tindakan nyata dari calon pengguna.[5].

b. Teknik Pengambilan Video

Baik-tidaknya kualitas sebuah video dapat dilihat dari beberapa unsur teknis, antara lain sudut pandang kamera, kesinambungan antar adegan, Teknik pemotongan gambar, pengambilan close-up, serta komposisi visual secara keseluruhan. Selain itu, pergerakan kamera seperti pan, tilt, zoom, maupun tracking turut digunakan untuk memperkuat alur cerita visual, yang kemudian didukung dengan tata Cahaya *three-point lighting* serta pengaturan audio yang tepat.

c. Teknik *Editing* Video

Proses editing berlangsung pada tahap pasca-produksi, yaitu Ketika seluruh hasil rekaman disusun, dipotong, dan diolah menjadi satu kesatuan video yang komunikatif. Tahap ini melibatkan

penataan transisi antar adegan, penyesuaian warna (*Color Grading*), penambahan element teks maupun grafis serta pengolahan audio, yang dalam penelitian ini dikerjakan menggunakan perangkat lunak seperti *Adobbe Premiere Pro*, *Adobbe illustrator*, dan *Capcut*.

d. Perancangan Video Profil

Secara garis besar, proses perancangan video profil terbagi kedalam tiga tahap, yaitu pra-produksi yang mencakup penyusunan konsep, naskah, storyboard, jadwal, lokasi, dan peralatan, dilanjutkan dengan tahap produksi berupa pengambilan gambar dan suara, dan diakhiri dengan pasca-produksi yang meliputi editing, color grading, serta pengolahan audio dan rendering. [8].

e. Efektivitas Video Profil

Tingkat efektivitas video profil dapat dilihat dari sejauh mana tujuan promosi tercapai, dengan merujuk pada model AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) dalam proses penilaian respons audiens terhadap kejelasan informasi, kualitas visual dan audio, serta pengaruhnya terhadap Keputusan memilih sekolah.

2.2 Model ADDIE

Pemilihan model ADDIE dalam penelitian ini adalah karena tahapannya bersifat sistematis dan fleksibel, serta menekankan evaluasi pada setiap tahapnya, sehingga pengembangan video profil dapat berjalan secara terstruktur, mulai dari analisis kebutuhan awal hingga evaluasi produk akhir. Melalui model ini, pengembangan video tidak hanya berfokus pada pembuatan produk, tetapi juga memperhatikan analisis kebutuhan, perancangan konsep, proses produksi, implementasi kepada *audiens*, hingga evaluasi terhadap efektivitas video, sehingga setiap tahapan saling berkaitan dalam menghasilkan media promosi yang berkualitas.

1. Analysis

Sebagai langkah awal, tahap analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan Sekolah Monte Sienna Batam terhadap media promosi berbentuk video profil. Kebutuhan Sekolah Monte Sienna Batam terhadap media promosi berbentuk video profil Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini meliputi observasi langsung ke lingkungan sekolah, wawancara dengan Kepala Sekolah dan tenaga pengajar, pengumpulan dokumentasi, serta penentuan target audiens yang mencakup calon peserta didik dan orang tua. Informasi yang digali mencakup visi dan misi, fasilitas, kegiatan akademik dan non-akademik sekolah. Selain itu, dilakukan pula kajian terhadap kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak yang akan dipergunakan sebagai media distribusi dalam proses produksi video. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam menentukan tujuan pembuatan video, pesan utama yang akan disampaikan, konsep penyampaian informasi, serta kebutuhan teknis selama proses produksi, sehingga tahap-tahap berikutnya dapat berjalan lebih terarah karena seluruh kebutuhan telah teridentifikasi sejak awal.

2. Design

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang telah diperoleh, tahap design dilaksanakan untuk menyusun rancangan produk secara lebih rinci. Rangkaian kegiatannya mencakup penentuan konsep video, penyusunan naskah, pembuatan storyboard, penetapan gaya visual, penambahan voice over, hingga pemilihan musik latar yang selaras dengan citra sekolah. *Storyboard* disusun secara sistematis per-scene, mencakup deskripsi visual, jenis pengambilan gambar (*shot*), durasi, elemen audio, serta naskah video pada setiap adegan, mulai dari *opening* (logo dan gedung sekolah), pengenalan fasilitas dan kegiatan akademik/non-akademik, prestasi dan pengakuan yang diraih, hingga *closing* berupa ajakan untuk bergabung. Seluruh elemen ini menjadi pedoman visual agar proses produksi berjalan runtut dan sesuai dengan tujuan promosi sekolah.

a. Naskah Video

Naskah ini berisi informasi terkait video profil sekolah Monte Sienna Batam, yang akan ditayangkan dalam sebuah video promosi. Naskah untuk video profil Sekolah Monte Sienna Batam ditampilkan pada Gambar 1.

Naskah Video Profil Sekolah Monte Sienna Batam

Scene 1 (00:00-00:10) - Opening logo Monte Sienna Batam dan tampilan gedung sekolah, diiringi musik cinematic lembut tanpa narasi.

Scene 2 (00:10-00:20) "Di tengah perkembangan dunia pendidikan yang semakin dinamis, Sekolah Monte Sienna Batam hadir."

Scene 3 (00:20-00:30) "Sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen membentuk generasi unggul, berkarakter, dan siap menghadapi tantangan masa depan."

Scene 4 (00:30-00:50) "Visi: Menjadi pembelajar sepanjang hayat dan pemimpin yang mampu berkontribusi bagi dunia. Misi: Membentuk karakter pembelajar, mempersiapkan pemimpin global yang bertanggung jawab, serta menghadirkan pendidikan yang bermakna dan berwawasan antar budaya."

Scene 5 (00:50-01:10) "Mari mengenal lebih dekat fasilitas dan keunggulan yang mendukung pendidikan berkualitas di Sekolah Monte Sienna Batam."

Scene 6 (01:10-01:20) "Ruang Perpustakaan."

Scene 7 (01:20-01:30) "Ruang Kelas."

Scene 8 (01:30-01:40) "Ruang Komputer."

Scene 9 (01:40-01:50) "Ruang Pertemuan dan Ruang Musik."

Scene 10 (01:50-02:30) "Didukung fasilitas olahraga yang memadai, Sekolah Monte Sienna Batam menciptakan lingkungan yang mendukung tumbuhnya bakat, kesehatan, dan semangat kebersamaan."

Scene 11 (02:30-02:40) "Keunggulan Sekolah Monte Sienna Batam tidak hanya terlihat dari fasilitasnya, tetapi juga dari berbagai prestasi dan pengakuan yang diraih, serta didukung oleh tenaga pendidik yang profesional dan berpengalaman. Sekolah Monte Sienna Batam menghadirkan pembelajaran yang interaktif dan inspiratif."

Scene 12 (02:40-03:00) "Sekolah Monte Sienna Batam. Tempat tumbuhnya karakter, prestasi, dan masa depan. Mari bergabung bersama kami." (Closing, penutupan gedung sekolah, slow zoom, fade out).

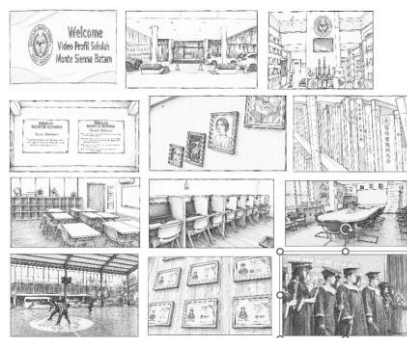
Berikut hasil Script video profil Sekolah Monte Sienna Batam:

Gambar 1. Naskah Video

b. Storyboard

Sebagai media promosi, script video profil berperan penting dalam membangun citra positif sekolah serta menyampaikan keunggulan yang dimiliki kepada calon peserta didik dan orang tua. Dengan penyusunan alur cerita yang terstruktur, penggunaan narasi yang komunikatif, serta visual yang menarik, video profil diharapkan mampu meningkatkan daya tarik sekolah, memperkuat branding institusi, dan menjadi sarana promosi yang efektif di berbagai platform

digital maupun media sosial. *Storyboard* perancangan video promosi produk video profil sekolah Monte Sienna ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. *Storyboard*

3. *Development*

Tahap development merupakan proses mewujudkan rancangan menjadi produk nyata melalui tiga sub-tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi dilakukan perizinan kepada pihak sekolah, penggalian materi, penentuan konsep kreatif, penyusunan naskah, pembuatan *storyboard*, penjadwalan produksi, survei lokasi, dan persiapan peralatan seperti kamera DSLR, tripod, gimbal, dan mikrofon eksternal. Tahap produksi dilakukan dengan pengambilan gambar (*shooting*) dan perekaman audio sesuai *storyboard* dan naskah video, mencakup perekaman area sekolah, aktivitas belajar-mengajar, laboratorium, ruang kelas, fasilitas umum, kegiatan ekstrakurikuler, serta wawancara atau narasi dari kepala sekolah. Selanjutnya, pada tahap pasca-produksi seluruh *footage*, teks informasi, *background*, dan *voice over* disusun dan diolah menjadi video yang utuh melalui proses *editing*, penyusunan alur sesuai *storyboard*, penambahan grafis, *color grading*, dan *rendering* final menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro* dan *CapCut*. Selama tahap pengembangan ini, dilakukan pula evaluasi internal secara berkala untuk memastikan setiap komponen video telah sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya.

4. *Implementation*

Pada tahap implementasi, video profil yang telah selesai diproduksi dipresentasikan kepada pihak sekolah dan ditampilkan kepada responden yang terdiri atas calon peserta didik baru, orang tua, dan masyarakat. Melalui tahap ini, peneliti memperoleh umpan balik awal mengenai kualitas video, kemudahan memahami informasi, daya tarik visual, dan manfaat video sebagai media promosi sekolah. Selain digunakan untuk pengujian, video juga dipersiapkan agar dapat dipublikasikan secara resmi melalui berbagai kanal digital, seperti *website* sekolah, *YouTube*, Instagram, *Facebook*, dan *platform* media sosial lainnya, sehingga jangkauan promosi Sekolah Monte Sienna Batam menjadi lebih luas dan adaptif terhadap perkembangan media komunikasi digital saat ini.

5. *Evaluation*

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir yang bertujuan menilai kualitas dan efektivitas produk yang telah dikembangkan. Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan, baik selama proses pengembangan berlangsung maupun setelah video selesai diproduksi, melalui dua metode pengujian, yaitu *Alpha Testing* dan *Beta Testing*. *Alpha Testing* dilakukan oleh ahli internal untuk mengevaluasi kualitas teknis video, mencakup aspek visual, audio, *editing*, dan kesesuaian isi/konten, sedangkan *Beta Testing* dilakukan kepada pengguna sebagai target *audiens*, yaitu calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat, untuk mengetahui tingkat penerimaan dan efektivitas video sebagai media promosi.

Hasil dari kedua tahap pengujian tersebut menjadi dasar dalam melakukan revisi apabila masih ditemukan kekurangan, sehingga video akhir yang dihasilkan benar-benar memenuhi aspek kualitas visual, kualitas informasi, dan efektivitas promosi sebelum dipublikasikan secara resmi.

2.3 Metode Pengujian dan Skala Likert

Proses pengujian dilaksanakan dalam dua tahapan. Tahap pertama, Alpha Testing, dilakukan oleh penilai internal untuk mengevaluasi kualitas teknis video pada aspek visual, audio, editing, dan konten. Tahap kedua, Beta Testing ditunjukan kepada calon peserta didik, orang tua, serta masyarakat sebagai kelompok sasaran, guna mengukur tingkat penerimaan dan efektivitas video sebagai media promosi[17]. Persepsi responden diukur menggunakan skala Likert lima tingkat sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

TABEL 2 SKALA LIKERT

Skor	Kategori	Rentang skala
5	Sangat setuju	4,21 - 5,00
4	Setuju	3,41 - 4,20
3	Cukup	2,61 - 3,40
2	Tidak setuju	1,81 - 2,60
1	Sangat tidak setuju	1,00 - 1,80

2.4 Responden

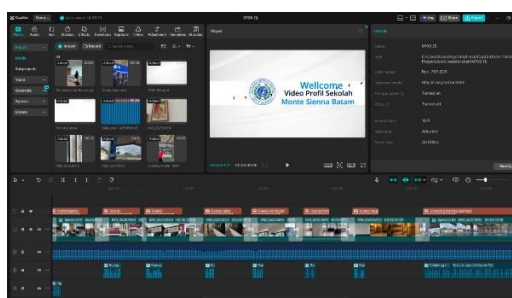
Sebanyak tiga orang ahli internal (A1,A2,A3) dilibatkan pada tahap Alpha Testing untuk menilai aspek teknis video, sedangkan Beta Testing melibatkan 30 responden yang terdiri atas calon peserta didik,orang tua,dan masyarakat. Jumlah responden tersebut ditetapkan agar sebaran hasil kuesioner mendekati kurva normal, sehingga data yang diperoleh lebih representatif.

3. Hasil dan Analisis

Pada tahapan ini membahas hasil pengujian *Alpha* dan *Beta* terhadap video profil Sekolah Monte Sienna Batam yang telah diproduksi melalui tahapan *Development* pada model ADDIE.

3.1. Development

Bagian ini membahas proses produksi dalam pembuatan video,yang mencakup kegiatan pengambilan gambar sekaligus uji validasi konten. Produksi dilaksanakan dengan mengacu pada naskah dan storyboard yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Proses *editing* menggunakan *CapCut* ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses *Editing* menggunakan *CapCut*

3.2. Implementation

Pengujian dilaksanakan untuk mengukur tingkat kelayakan dan efektivitas produk yang telah dikembangkan, dalam hal ini video profil Sekolah Monte Sienna Batam sebagai media promosi. Melalui pengujian ini, peneliti berupaya memastikan bahwa video yang dihasilkan telah memenuhi standar

kualitas visual dan audio, mampu menyampaikan informasi secara jelas, serta memberikan daya tarik bagi target audiens sesuai dengan tujuan penelitian [15].

Dua metode pengujian digunakan dalam penelitian ini, yaitu Alpha Testing dan Beta Testing. Alpha Testing bertujuan mengevaluasi kualitas teknis video melalui penilaian pihak sekolah, sementara Beta Testing dilakukan untuk mengetahui tingkat penerimaan dan efektivitas video dimata target audiens.

3.2.1 Pengujian *Alpha*

Uji Alpha ditunjukkan untuk menilai materi sekaligus tampilan video, dengan melibatkan tiga penilai internal sekolah, yaitu Kepala Sekolah (A1), staff administrasi (A2), dan guru TIK (A3). Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa konten video beserta informasi yang disampaikan telah sesuai dengan harapan pihak sekolah. Sebelum mengisi kuesioner, ketiga penilai terlebih dahulu menonton video profil secara utuh. Penelitian kemudian dilakukan melalui Google Forms dengan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju), dengan skor 3 sebagai titik tengah (cukup setuju). Nilai rata-rata diperoleh sebesar 4,5 dan tergolong kategori sangat setuju, yang mengindikasikan bahwa video profil telah sesuai dengan kebutuhan promosi sekolah. Rincian hasil uji *Alpha* ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil pengujian *Alpha* oleh internal sekolah

Aspek.	No.	Deskripsi Pernyataan	Penilaian			Jumlah Nilai	Rata-rata
			A1	A2	A3		
VISUAL	1	Kualitas gambar video sudah jelas dan tajam	5	5	5	15	5
	2	Komposisi pengambilan gambar sudah baik	4	5	5	14	4.6
	3	Sudut pengambilan gambar (<i>camera angle</i>) sudah sesuai	5	4	4	13	4.3
	4	Pergerakan kamera terlihat stabil	4	5	4	13	4.3
	5	Pencahayaan pada video sudah baik	5	5	5	15	5
AUDIO	1	Suara narasi terdengar jelas	4	4	4	12	4
	2	Musik latar sesuai dengan isi video	5	4	4	13	4.3
	3	Keseimbangan suara narasi dan musik sudah baik	4	4	5	13	4.3
EDITING	1	Transisi antar <i>scene</i> terlihat halus	5	5	4	14	4.6
	2	<i>Color grading</i> terlihat konsisten	5	4	5	14	4.6
	3	<i>Motion graphic</i> dan teks mudah dibaca	4	4	4	12	4
	4	Durasi video sudah sesuai	5	5	5	15	5
ISI	1	Informasi sekolah sudah lengkap	5	5	5	15	5
	2	Isi video sesuai dengan tujuan promosi	4	5	4	13	4.3
	3	Video layak dipublikasikan	4	5	4	13	4.3
Jumlah			67	69	66		66.9
Rata-rata			4.5	4.6	4.5		4.5
Keterangan			SS	SS	SS		SS

Mengacu pada hasil dari pengujian *Alpha Testing* yang diikuti oleh tiga orang ahli internal, video profil Sekolah Monte Sienna Batam memperoleh skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,5 dengan kategori Sangat Setuju. Aspek Visual memperoleh skor tertinggi (4,6), menunjukkan kualitas gambar, komposisi, dan pencahayaan video dinilai sangat baik. Aspek Audio memperoleh skor terendah (4) namun masih berada pada kategori Setuju, yang mengindikasikan kejelasan narasi dan keseimbangan musik latar masih dapat ditingkatkan. Aspek *Editing* (4,5) dan Isi (4,5) menunjukkan bahwa transisi antar-*scene*, *color grading*, durasi, serta kelengkapan informasi sekolah dinilai sudah sangat baik oleh para ahli, sehingga video dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian beta.

3.2.2 Pengujian Beta

Kuesioner Beta Testing disebarkan kepada 30 responden yang terdiri atas calon peserta didik, orang tua, dan Masyarakat. Empat dimensi dinilai dalam pengujian ini, yakni daya tarik video, kualitas video, kualitas visual-audio, dan efektivitas sebagai media promosi. Hasil pengujian beta disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengolahan Data Pengujian Beta

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Rata -rata	Rata-rata Dimensi
	Bobot	1	2	3	4	5		
Daya Tarik Video								
1	Video terlihat menarik untuk ditonton	0	0	2	13	15	4,4	4,4
2	Tampilan video membuat saya tertarik mengenal sekolah	0	0	2	13	15	4,4	
3	Video tidak membosankan	0	0	1	13	16	4,5	
Kualitas Video								
4	Informasi dalam video mudah dipahami	0	0	2	15	13	4,4	4,4
5	Video menjelaskan profil sekolah dengan jelas	0	0	3	14	13	4,3	
6	Video menampilkan fasilitas sekolah dengan baik	0	0	0	15	15	4,5	
7	Video menampilkan kegiatan sekolah secara lengkap	0	0	2	13	15	4,4	
Kualitas Visual dan Audio								
8	Kualitas gambar video sudah baik	0	0	2	13	15	4,4	4,4
9	Suara narasi mudah didengar	0	0	1	13	16	4,5	
10	Musik latar sesuai dengan isi video	0	0	2	13	15	4,4	
Efektivitas Sebagai Media Promosi								
11	Video membuat saya lebih mengenal Sekolah Monte Sienna Batam	0	0	3	14	13	4,3	4,4
12	Video meningkatkan minat saya terhadap sekolah	0	0	2	14	14	4,1	
13	Video memberikan kesan positif terhadap sekolah	0	0	2	10	18	4,5	
14	Video layak digunakan sebagai media promosi	0	0	0	12	18	4,6	
15	Saya bersedia merekomendasikan video ini kepada orang lain	0	0	1	15	14	4,4	

3.3 Pembahasan

Secara umum, skor Alpha Testing (4,5) dan Beta Testing (4,4) menunjukkan bahwa video profil Sekolah Monte Sienna Batam berada dalam kategori Sangat Setuju/Sangat Efektif sebagai media promosi. Perpaduan

antara kualitas visual yang tajam, audio yang jernih, Teknik editing yang halus, serta muatan informasi yang lengkap mengenai fasilitas dan kegiatan sekolah turut membentuk persepsi positif audiens terhadap video tersebut. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa video profil sekolah efektif dalam menyampaikan informasi dan membangun citra positif lembaga pendidikan, serta bahwa media video secara umum berpengaruh positif terhadap motivasi dan pemahaman *audiens*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai desain video profil untuk Sekolah Monte Sienna di Batam sebagai alat promosi, Adapun beberapa Kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berhasil menghasilkan rancangan sekaligus produk video profil Sekolah Monte Sienna Batam sebagai media promosi, dengan menerapkan model pengembangan ADDIE melalui lima tahapan, yaitu analisis, perancangan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi.
2. Pengujian Alpha yang dilakukan oleh tiga orang ahli internal menghasilkan skor rata-rata 4,5 pada kategori Sangat Setuju aspek visual, editing, dan isi masing-masing berada pada kategori tersebut, semenjak aspek audio berada satu tingkat di bawahnya, yaitu kategori Setuju.
3. Adapun pengujian Beta terhadap 30 responden menghasilkan skor rata-rata 4,4 dengan kategori Sangat Efektif pada seluruh dimensi yang diukur meliputi daya tarik video, kualitas video, dan efektivitas sebagai media promosi. Temuan ini membuktikan bahwa video profil mampu meningkatkan pengetahuan sekaligus ketertarikan calon peserta didik dan orang tua terhadap Sekolah Monte Sienna Batam.
4. Dengan demikian, video profil yang dihasilkan layak dipublikasikan sebagai media promosi resmi Sekolah Monte Sienna Batam melalui berbagai kanal digital. Meski demikian, penguatan pesan ajakan (call to action) masih perlu ditingkatkan agar lebih efektif dalam mendorong minat pendaftara peserta didik baru.

REFERENCES

- [1] J. H. Sim and N. Ma'muriyah, "Perancangan Video Profile di SMK Advent Batam," *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, vol. 6, pp. 845–849, 2024.
- [2] N. W. Meidariani, M. Henra, and D. Sudipa, "Efektivitas Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi," vol. 3, no. 2, pp. 49–56, 2024.
- [3] A. E. Fitriyah and M. A. Dyana, "Rancang Bangun Website dan Video Profil Sebagai Media Promosi Untuk MTs Bstanul Ulum Di Era Digital," vol. 1, no. 2, pp. 21–30, 2024.
- [4] M. B. Siswa, "The Effectiveness of Using Animated Videos to Enhance Students' Learning Motivation," vol. 7, pp. 140–149, 2024.
- [5] R. Area, Z. Lathifah, and D. P. Lubis, "Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan," vol. 16, no. 1, pp. 75–88, 2013.
- [6] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," vol. 3, 2019.
- [7] H. Muzakki and V. D. Adiprabowo, "Analisis Isi Teknik Pergerakan Kamera dalam Film *Penyalin Cahaya*," vol. 7, no. 1, pp. 35–44, 2025, doi: 10.30812/sasak.v7i1.4786.This.
- [8] P. Studi and D. Komunikasi, "PERANCANGAN PROSES PRA PRODUKSI VIDEO PROFIL," vol. 7.
- [9] T. Journal and E. Agustus, "Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi," vol. 3, no. 1, 2018.
- [10] W. M. Huda and W. T. Saputro, "Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren," vol. 6, 2023.
- [11] G. V. Yusera et al., "E-Promosi Sekolah Dalam Bentuk Motion Graphic," *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, vol. 4, no. 1, pp. 37–46, 2021.
- [12] K. Naila Muna and S. Wardhana, "Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi dengan Model ADDIE pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Materi Perkenalan Diri dan Keluarga untuk Kelas 1 SD," *EduStream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2022.
- [13] A. F. Rachma, T. Iriani, and S. S. Handoyo, "Penerapan Model ADDIE Dalam Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Simulasi Mengajar Keterampilan Memberikan Reinforcement," *Jurnal Pendidikan West Science*, vol. 1, no. 8, pp. 506–516, 2023, doi: 10.58812/jpdws.v1i08.554.
- [14] P. N. Rohmah, S. Hidayat, A. S. Pamungkas, and H. Wilujeng, "Pengembangan Video Pembelajaran Stop Motion dengan Aplikasi Wondershare Filmora pada Mata Pelajaran Matematika di Sekolah Dasar," *Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, vol. 6, pp. 233–240, 2021.
- [15] R. Kanada, N. Syifa Sakinah, O. Imelda, and N. Meilinda, "Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 3, 2025, doi: 10.59818/jpm.v5i3.1499.
- [16] S. Maryati and B. E. Purnama, "Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polokarto Kabupaten Sukoharjo Dengan Menggunakan Multimedia," *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, vol. 5, no. 1, 2013.
- [17] R. H. Tanjung, F. Damayanti, J. Akuntansi, P. N. Medan, and M. Keuangan, "Perancangan Video Pembelajaran Matematika Keuangan Menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*,".

-
- [18] K. Artikel, M. Pendidikan, and T. Informatika, "PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERKONSEP GAMIFIKASI DENGAN MODEL PROBLEM BASED LEARNING PADA MATA PELAJARAN INFORMATIKA," vol. 13, pp. 63–74, 2024.
- [19] Menora, T., Primasari, C. H., Wibisono, Y. P., Sidhi, T. A. P., Setyohadi, D. B., & Cininta, M. (2023). Implementasi Pengujian Alpha dan Beta Testing Pada Aplikasi Gamelan Virtual Reality. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 48-60.
- [20] P. H. Saputra, H. Salsabilla, and R. H. Wiarso, "Aplikasi Interaktif Suku Melayu : Bahasa , Sastra , Adab dengan Metode Kanban untuk Pembelajaran Multimedia," vol. 2, no. 2, pp. 73–86, 2024, doi: 10.20895/jasmed.v2i2.1381.
- [21] I. M. Syahid, N. A. Istiqomah, and K. Azwary, "Model ADDIE dan ASSURE dalam Pengembangan Media Pembelajaran," *Journal of International Multidisciplinary Research*, vol. 2, no. 5, pp. 258–268, 2024.
- [22] "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Di Akun Instagram," *MEDIAKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 7, no. 1, 2023, doi: 10.3258/mediakom.v7i01.2364.
- [23] F. Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2018.
- [24] F. D. P. Anggraini, Aprianti, V. A. V. Setyawati, and A. A. Hartanto, "Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas," *Jurnal Basicedu*, vol. 6, no. 4, pp. 6492–6498, 2022.