

AULYA MINGWA ZILFIANA, 21.240.0106

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE DI SMA NEGERI 1 DORO

Di bawah bimbingan Dicke J.S.H. Siregar, M.Kom. dan Hari Agung Budijanto, M.Kom.

Halaman xv+156 Halaman/98 Gambar/15 Tabel/3 Lampiran/28 Pustaka (2019-2024)

ABSTRAK

Video company profile merupakan salah satu media informasi untuk memperkenalkan identitas dan keunggulan suatu institusi. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan video company profile SMA Negeri 1 Doro yang informatif dan komprehensif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi mendalam tentang SMA Negeri 1 Doro. Metode pengembangan mengacu pada tiga tahapan menurut Nurul Shadrina, Raniah Zaim, dan Arimurti (2023), yaitu tahap pra-produksi yang meliputi perencanaan dan persiapan sebelum produksi video, tahap produksi yang mencakup proses pengambilan gambar atau shooting dan perekaman audio, serta tahap pasca-produksi yang mencakup proses pengeditan dan penyempurnaan video. Hasil penelitian ini berupa video company profile yang menyajikan informasi tentang sejarah sekolah, program, kurikulum, budaya sekolah, sambutan dari kepala sekolah, visi dan misi, fasilitas, ekstrakurikuler, serta prestasi peserta didik. Metode pengujian menggunakan pengujian alpha oleh tim produksi internal, dengan hasil 97,66%, pengujian beta oleh pihak SMA Negeri 1 Doro, dengan hasil 93,34%. Hasil ini menunjukkan bahwa video company profile memenuhi kriteria kelayakan dari segi kualitas visual, audio, dan penyampaian informasi. Dengan demikian, video ini dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai SMA Negeri 1 Doro kepada masyarakat. Sebagai saran, video company profile dapat diperbarui secara berkala untuk menyesuaikan dengan pencapaian terbaru dan perubahan kebijakan sekolah. Penambahan elemen visual interaktif seperti animasi atau infografis juga dapat meningkatkan daya tarik video. Selain itu, survei pasca-distribusi kepada masyarakat dapat dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas video dalam menyampaikan informasi dan menarik minat masyarakat.

Kata Kunci: Video, Company Profile, Pra-produksi, Produksi, Pasca-produksi

AULYA MINGWA ZILFIANA, 21.240.0106

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE DI SMA NEGERI 1 DORO

Di bawah bimbingan Dicke J.S.H. Siregar, M.Kom. dan Hari Agung Budijanto, M.Kom.

Halaman xv+156 Halaman/98 Gambar/15 Tabel/3 Lampiran/28 Pustaka (2019-2024)

ABSTRACT

A company profile video is an informational medium designed to introduce the identity and strengths of an institution. This study aims to produce an informative and comprehensive company profile video for SMA Negeri 1 Doro. Data collection was conducted through observation and interviews to obtain in-depth information about SMA Negeri 1 Doro. The development method refers to three stages according to Nurul Shadrina, Raniah Zaim, and Arimurti (2023): the pre-production stage, which includes planning and preparation before video production; the production stage, which involves shooting and audio recording processes; and the post-production stage, which encompasses video editing and refinement. The results of this study are a company profile video presenting information on the school's history, programs, curriculum, culture, principal's welcome message, vision and mission, facilities, extracurricular activities, and student achievements. The testing method employed alpha testing by the internal production team, yielding a result of 97.66%, and beta testing by SMA Negeri 1 Doro, yielding a result of 93.34%. These results indicate that the company profile video meets the eligibility criteria in terms of visual quality, audio, and information delivery. Therefore, this video serves as an effective medium to convey information about SMA Negeri 1 Doro to the public. As a recommendation, the company profile video can be periodically updated to align with the latest achievements and school policy changes. Adding interactive visual elements, such as animations or infographics, can also enhance the video's appeal. Furthermore, post-distribution surveys can be conducted to evaluate the video's effectiveness in conveying information and attracting public interest.

Keywords: Video, Company Profile, Pre-production, Production, Post-production