

## PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFIL UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

Risti Puspita Sari Hunowu

Desain Komunikasi Visual, Teknik, Universitas Ichsan Gorontalo

e-mail: [hunowu96@gmail.com](mailto:hunowu96@gmail.com)

---

### INFORMASI ARTIKEL

Received : September, 2021

Accepted : September, 2021

Publish online : Oktober, 2021

---

### ABSTRACT

*Ichsan University Gorontalo or what is known as UIG is a fairly large private university in Gorontalo. Ichsan University Gorontalo introduces or recommends UIG to the public to maintain public trust that UIG still has the best quality in the field of education and non-education. company profile video is one of the tools for UIG to promote themselves. The process of developing multimedia methods will be used in accordance with the design of a video work that is in line with expectations. Solving these problems by using simple shooting techniques, shoot videos that are easy to understand and use narrative sentences that are easy to understand and remember by the public. This company profile video is designed to be used to improve strategy as a promotional medium.*

Key words: Video Company Profile, Promotion, Ichsan University Gorontalo.

---

### ABSTRAK

Universitas Ichsan Gorontalo atau yang disebut UIG menjadi Perguruan Tinggi Swasta yang cukup besar di Gorontalo. Universitas Ichsan Gorontalo mengenalkan atau membranding UIG kepada masyarakat untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat bahwa UIG tetap memiliki kualitas terbaik dalam bidang pendidikan. Perancangan video company profile adalah salah satu alat bantu untuk UIG mempromosikan diri. Proses metode pengembangan multimedia akan digunakan sesuai dengan perancangan suatu karya video yang sesuai dengan harapan. Pemecahan masalah tersebut dengan menggunakan teknik pengambilan gambar yang sederhana, shoot video yang mudah dipahami dan menggunakan kalimat narasi yang mudah dipahami dan diingat masyarakat. Video company profile ini dirancang digunakan untuk meningkatkan strategi sebagai media promosi.

Kata Kunci: Video Company Profile, Promosi, Universitas Ichsan Gorontalo.

## PENDAHULUAN

Informasi merupakan hal yang penting dan selalu dibutuhkan oleh manusia untuk membantu menjalankan aktifitas dan rencananya. Dengan berkembangnya ilmu teknologi saat ini turut membantu manusia dalam mendapatkan informasi secara cepat, mudah dan akurat. Banyak media yang dapat dijadikan sebagai sarana memberikan informasi yang tak lepas dari peran kemajuan teknologi sendiri. Informasi merupakan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan informasi tersebut *company profile* bagi perusahaan sangatlah penting karena melalui *company profile* suatu perusahaan mampu memperkenalkan diri kepada calon relasi atau konsumen. Dengan begitu, calon konsumen bisa mengerti tentang profil suatu perusahaan.

Universitas Ihsan Gorontalo merupakan universitas yang terdaftar dan teregistrasi di Gorontalo sebagai Universitas terbaik. Universitas Ihsan Gorontalo memiliki tenaga pendidik dengan standar kualitas internasional dan professional. Perguruan tinggi ini berada di Kota Gorontalo dengan memiliki enam fakultas yang Terdiri dari 13 Jurusan. Terdapat beberapa hal yang menjadi daya tarik untuk dipromosikan ke masyarakat luas seperti kegiatan belajar mengajar dosen dan mahasiswa di dalam kelas, kegiatan di dalam lab, kegiatan di luar kelas seperti UKM, dan acara lainnya. Dibutuhkan sebuah media yang menarik dan berkualitas untuk mengatasi tantangan tersebut. Meninjau beberapa insitusi pendidikan ternama lainnya yang menggunakan profile video of the company untuk promosi dari institusi, dan juga beberapa perusahaan besar lainnya juga menggunakan *profile video of the company* untuk kepentingan memperkenalkan atau Mempromosikan bisnis yang mereka miliki.

Pada dasarnya *profile video of the company* merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan secara persuasif dan sebagai media promosi bagi masyarakat atau perusahaan dan instansi pendidikan. Segala hal yang bersangkutan dengan produk dan desain yang dihasilkan akan diperkenalkan kepada masyarakat untuk media promosi. Mengacu pada apa yang sudah dijabarkan, maka bisa diperoleh kesimpulan bahwa *profile video of the company* adalah salah satu alat bantu untuk UIG mempromosikan diri.

## METODE

Metode Penelitian Yang digunakan adalah tahapan dari metode pengembangan multimedia Vilamil-Molina, yaitu:

a. *Development*, Pada tahap ini konsep aplikasi multimedia yang akan dikembangkan mulai dibentuk berdasarkan ide yang ada. dan Yang ingin diwujudkan dalam pengembangan ini adalah mendapatkan video yang memikat untuk menunjukkan keunggulan yang dapat ditemui di Universitas Ihsan Gorontalo.

b. *Preproduction*, dipakai untuk melakukan penetapan atas penguasaan ide video dengan membangun pengatur proses bagian mana saja yang merupakan bagian dari proses multimedia yang diwujudkan, seperti siapa saja yang akan mengembangkan bagian suara (audio), gambar (video), dan juga paket program yang digunakan dalam menetapkan bagian isi video, dan alur cerita (storyboard).

c. *Production*, digunakan untuk mewujudkan yang berkaitan dengan produksi, seperti pengambilan gambar/video, perekaman suara, pembuatan bumper, dan editing hingga menghasilkan sebuah produk siap untuk masuk tahap uji coba.

d. *Postproduction*. Bagian ini merupakan perwujudan produk multimedia pada tahap uji coba. Namun sebelum dilakukan uji coba produk yang dibuat maka dilakukan dahulu evaluasi dengan meninjau apakah rancangan, isi video dan lainnya sudah sesuai atau belum seperti yang dikehendaki, jika sudah sesuai maka dapat dipastikan bahwa produk yang dibangun akan lolos uji coba.

e. *Delivery*, sebagai bagian dari proses terakhir dalam pembangunan produk video. Pada bagian ini maka dilakukan presentasi perorangan dan kelompok secara daring website. Bagian ini juga berhubungan dengan bagian pengemasan produk multimedia yang diciptakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data/Hasil

Universitas Ihsan Gorontalo atau lebih di kenal dengan Kampus Hijau merupakan Perguruan Tinggi di Indonesia Timur yang unggul dan terdepan dalam penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi untuk menghasilkan lulusan berkualitas, Inovatif, Kreatif, Interpreneur yang memiliki semangat kerakyatan, pengabdian dan kemandirian dalam mengembangkan ilmu dan teknologi yang mampu mendukung pembangunan

nasional, memajukan dirinya dan masyarakat, mempertinggi mutu kebudayaan sebagai bagian dari kehidupan masyarakat. Disamping itu Universitas Ichsan Gorontalo juga membina suasana kehidupan akademik yang sehat dan bertanggung jawab serta mengembangkan dan mengusahakan temuan baru dalam ilmu pengetahuan dan teknologi melalui penggunaan Sumber Daya yang ada secara maksimal untuk mencapai *Good Ichsan Governance*.

## **VISI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Pusat Pengembangan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi, Seni Dan Budaya Untuk Menghasilkan Lulusan Yang Berkualitas, Bermoral, Inovatif Dan Interpreneur

## **MISI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Dalam menerapkan visi tersebut diatas, maka Universitas Ichsan Gorontalo Telah menerapkan Misi diantaranya:

1. Mengembangkan pendidikan dan pengajaran yang berbasis teknologi guna menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan akademik dan/atau profesional untuk berbagai bidang, unggul, mandiri, *entrepreneur* yang mampu bersaing dalam kehidupan dan peradaban global, serta memiliki moral keagamaan yang tinggi.
2. Mengembangkan kegiatan penelitian berkualitas yang menghasilkan ilmu pengetahuan dan teknologi baru untuk kepentingan pengembangan pendidikan dan teknologi, seni dan budaya yang bermanfaat bagi peningkatan harkat hidup manusia serta pembangunan daerah dan nasional yang berkelanjutan.
3. mengembangkan kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui upaya penyebaran dan penerapan hasil-hasil penelitiandan teknologi dalam rangka mewujudkan suatu masyarakat ilmiah, masyarakat belajar, dan masyarakat wirausaha yang mandiri dan demokrasi untuk menunjang pembangunan daerah dan nasional.
4. meningkatkan pembinaan kegiatan kemahasiswaan guna mewujudkan masyarakat kampus yang kondusif dan

bertanggungjawab serta meningkatkan kecintaan kepada bangsa, negara dan tanah air.

5. Meningkatkan kerja sama yang sinergis dan simetrisal dan saling menguntungkan (*interconnection paradigm*) dengan lembaga sosial lain didalam dan diluar negeri.
6. meningkatkan pengelolaan SDM, sumber daya akademik yang berkualitas, efisien, efektif, produktif serta memiliki keunggulan kompetitif, komparatif ditengah-tengah masyarakat dalam rangka menunjang pembangunan nasional.
7. mengembagkan kuantitas dan kualitas fasilitas sarana dan prasarana pendidikan serta teknologi informasi yang setara dengan standar nasional.
8. mengembangkan sistem pengelolaan dana (*revenue generating*) yang dapat menunjang dan menjamin terselenggaranya program/kegiatan serta peningkatan kesejahteraan civitas akademika dan unsur penunjang lainnya.

## **Sistem Penjaminan Mutu Universitas Ichsan Gorontalo**

Dalam rangka meningkatkan komitmen UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO terhadap mutu lulusan maka ditetapkan kebijakan mutu yang berbunyi: "**SEBAGAI PERGURUAN TINGGI YANG BERMUTU, UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO BERTEKAD UNTUK MENGHASILKAN LULUSAN YANG BERKUALITAS TINGGI DAN SIAP PAKAI**" kebijakan mutu yang ditetapkan diikuti dengan penyempurnaan semua prosedur kerjasama sesuai ISO 9001 termasuk penerapan metode mengajar "**MAHASISWA AKTIF**".  
"**QUALITY IS OUR TARGET**"

## **PEMBAHASAN**

Pengertian Periklanan (*advertising*) Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dari mata seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Sedangkan pandangan sosial iklan adalah suatu bentuk jasa suatu kelompok masyarakat. Secara umum iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri iklan merupakan suatu alat pemasar yang sangat

penting bagi perusahaan. Untuk lebih jelasnya, pendapat beberapa para ahli mengenai *advertising* (periklanan).

### Jenis-Jenis Periklanan

Djaslim Saladin (2002:133) menggolongkan jenis-jenis periklanan berdasarkan manfaat menjadi 4 kriteria, yaitu :

1. *Intitutional Advertising*, yaitu periklanan untuk pembentukan citra organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.
2. *Brand Advertising*, yaitu periklanan untuk pemantapan pada merek tertentu dalam jangka panjang.
3. *Classified Advertising*, yaitu periklanan untuk penyebaran informasi tentang penjualan jasa dan peristiwa.
4. *Sales Advertising*, yaitu periklanan untuk pengumuman penjualan khusus.

#### b. Berdasarkan Klasifikasi

1. *National Advertising*, yaitu periklanan yang dilaksanakan oleh produsen dari suatu barang industri maupun barang konsumsi yang disebarkan secara nasional maupun regional.
2. *Local Advertising*, yaitu periklanan yang dibatasi oleh lingkungan geografis.
3. *Consumers Advertising*, yaitu periklanan yang ditujukan untuk mencapai manufacture lain yang dapat digunakan produk yang telah diiklankan..
4. *Industrial Advertising*, yaitu periklanan untuk mencapai manufaktur lain yang dapat digunakan produk yang telah di iklankan.
5. *Primary Demand Advertising*, yaitu periklanan yang ditujukan untuk mempromosikan produk, tanpa menonjolkan merek penjualannya.
6. *Selective Demand Advertising*, yaitu periklanan yang ditujukan untuk membangkitkan selektif secara jelas, menyebutkan dan mengulangi nama merek dari produk tersebut.

### Media Periklanan

Menurut Kotler (2005:289) yang menyatakan bahwa perencanaan media harus mengetahui kemampuan jenis-jenis media utama untuk menghasilkan jangkauan, frekuensi dan dampak. Setiap media memiliki keunggulan dan keterbatasan.

#### a. Surat kabar

Keunggulan: luwes dalam ketetapan waktu, jangkauannya pada pasar lokal dan nasional, penerimaannya luas, serta level kepercayaan dipercaya baik. Keterbatasan: usia pengguna pendek, kualitas cetakan tidak baik, pembacanya tidak besar.

#### b. TV/Televisi

Keunggulan: Mengkombinasikan visual, audio, dan pergerakan; mempengaruhi indra; pemerhati banyak, luas sebarannya. Keterbatasan: pembiayaan besar, kekacauan besar, pilihan konsumen rendah.

#### c. Penyuratan kosumen

Keunggulan : audiens dipilih, fleksibel, tidak terjadi kompetisi promosi di media, sifatnya personal. Keterbatasan: pembiayaan relatif besar.

d. Radio Keunggulan : pembiayaannya murah, memilih wilayah dan profil konsumen tinggi Keterbatasan: konsumen relatif rendah.

e. Majalah Keunggulan : pilihan wilayah dan profil konsumen tinggi, kepercayaan dan martabat tinggi, cetakan dengan mutu baik, umur pemakaian lama. Keterbatasan: perwujudan promosi lama, tidak semua sebaran informasi tepat sasaran.

f. Iklan diluar ruangan. Keunggulan : luwes, pemakai sebaran besar, pembiayaan murah, kompetisi tidak tinggi Keterbatasan: pilihan kosumen rendah, inovatif dibatasi.

#### g. Khabar periodik

Keunggulan : pilihan kosumen terbuka lebar, interaksi dimungkinkan, pembiayaan murah Keterbatasan: bisa pembiayaan tidak memberikan dampak sama sekali.

#### h. Selebaran

Keunggulan : luwes, terkontrol dengan baik, informasi bisa didramatisir. Keterbatasan: cetakan dalam jumlah besar bisa tidak terpakai dan menyebabkan terjadi pembiayaan sia-sia.

#### i. Telpn

Keunggulan: pemakai banyak, memungkinkan menyapa secara personal. Keterbatasan: pembiayaan besar.

#### j. Internet

Keunggulan: pilihan konsumen terbuka lebar, memungkinkan interaksi, pembiayaan murah. Keterbatasan: pengguna terbatas dan tidak pada semua kalangan terutama di Negara berkembang dan Negara terbelakang.

perancangan konsep desain yang peneliti buat sebagai berikut : Video yang dibuat akan diawali dengan Opening video kemudian menampilkan beberapa lokasi terdekat dari Universitas Ichsan Gorontalo dan menunjukan lokasi kampus Universitas Ichsan Gorontalo, setelah masuk di lingkungan kampus yang akan ditampilkan berikutnya adalah Fasilitas Yang Digunakan Dosen Saat Mengajar, seluruh program studi yang terdapat di Universitas Ichsan Gorontalo dan kegiatan masing masing dari program studi tersebut, tidak lupa untuk menampilkan kegiatan UKM mahasiswa. Perencanaan akan riset pembuatan konten script dan storyboard pada konsep ide dilakukan. Pengelolaan ide dilakukan melalui wawancara terhadap beberapa dosen, mahasiswa, dan calon mahasiswa mengenai video company profile

### Preproduction

Tahap ini merupakan tahapan dimana proses perencanaan akan riset pembuatan konten script dan storyboard pada konsep ide dilakukan. Pengelolaan ide dilakukan melalui wawancara terhadap beberapa dosen, mahasiswa, dan calon mahasiswa mengenai video company profile yang menarik. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan script dan storyboard yang akan menjadi acuan dalam tahap produksi.

### Production

Tahap ini adalah pengambilan video (shooting) yang dilakukan di lingkungan kampus dengan menampilkan kegiatan dosen dan mahasiswa kemudian dilanjutkan dengan tahap editing video hingga menjadi sebuah video company profile utuh dan siap untuk dipublikasikan.



Gambar 1. Halaman Depan Universitas Ichsan Gorontalo  
[Sumber : Dokumentasi peneliti, 2021]



Gambar 2. Program Studi Universitas Ichsan Gorontalo  
[Sumber : Dokumen peneliti, 2021]



Gambar 3. Fasilitas Dan Proses Mengajar Dosen  
[Sumber :Dokumentasi peneliti, 2021]



Gambar 4. Kerjasama Realisasi Ukm Universitas Ichsan Gorontalo  
[Sumber : <https://unisan.ac.id/>]

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan oleh penulis, maka didapatkan kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Perancangan video company profile membutuhkan sebuah tema dan konsep yang mudah diserap oleh masyarakat banyak dan bersifat unik, pada permasalahan ini, peneliti memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan teknik pengambilan gambar yang sederhana, shoot video yang mudah dipahami dan menggunakan kalimat narasi yang mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat.
2. Video company profile ini dirancang untuk digunakan meningkatkan strategi media promosi terutama untuk kalangan Remaja yang baru menyelesaikan Studi di Sekolah Menengah Atas Maupun Sekolah Menengah Kejuruan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yessica Brigitta, " *Perancangan Video Company Profile Lembah Kamuning Dairy Farm, Desa Cigugur, Kuningan dengan Teknik Motion Graphic* ". Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga . Februari 2016.
- [2] Sophia Nabila Puteri , Perancangan Video Promosi *Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Suka Maju Sejahtera Melalui Media Sosial* ".Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Padang Universitas Negeri Padang. 2018.
- [3]<http://andhybrenjenk.blogspot.com/2012/04/universitas-ichsan-gorontalo.html>
- [4]<http://andhybrenjenk.blogspot.com/2012/04/universitas-ichsan-gorontalo.html>
- [5] <http://repository.umy.ac.id>