

PERANCANGAN VIDEO PROFILE YAYASAN SOSIAL KRISTEN SALIB PUTIH SALATIGA

¹ Billy Gracia Widyatama,
² Anthony Y.M. Tumimomor

¹⁻²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

Article history

Received: 26 Januari 2024

Revised: 30 Januari 2024

Accepted: 5 Februari 2024

*Corresponding author

billygarciawidyatama@gmail.com

ant.tumimomor@uksw.edu

Abstrak

Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga merupakan lembaga sosial yang berfokus kepada pelayanan sosial dan kemanusiaan, selain itu yayasan juga membina sumber daya manusia melalui beberapa programnya. Yayasan merupakan kelanjutan dari pelayanan Witte Kruis Kolonie yang didirikan pada tanggal 14 Mei 1902. Pelayanan sosial yang dilakukan yayasan, antara lain panti werdha, panti asuhan, panti karya, balai latihan kerja, balai pengobatan. Biasanya biaya operasional menjadi salah satu kendala yang dialami yayasan dapat menjalankan pelayanannya. Uluran tangan penyumbang dana dibutuhkan, namun penggunaan media yang saat ini belum efektif kepada calon penyumbang dana ataupun masyarakat yang ingin mengetahui mengenai pelayanan sosial yang dikerjakan Yayasan Salib Putih. Berdasarkan dengan permasalahan yang ada, maka diperlukan sebuah media informasi yang mampu menggambarkan visi, misi dan tujuan yayasan serta memberikan gambaran secara jelas dan detail mengenai aktivitas pelayanan yang dikelola oleh pengurus yayasan salib putih. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menerapkan strategi linier sebagai tahapan kreatifnya, diharapkan mampu menghasilkan video profile yang dapat menyajikan informasi mengenai profil yayasan dengan lebih detail sehingga mampu menarik kepada calon penyumbang dana dan masyarakat umum yang memiliki minat dalam pelayanan sosial.

Kata Kunci: *Pelayanan sosial, Video Profil, Yayasan Sosial Kristen Salib Salatiga*

Abstract

The Salatiga White Cross Christian Social Foundation is a social institution that focuses on social and humanitarian services, apart from that, this foundation also develops human resources through several programs. The foundation is a continuation of the services of the Witte Kruis Kolonie which was founded on 14 May 1902. The social services provided by this foundation include nursing homes, orphanages, work centers, work training centers, medical centers. The large operational costs are one of the obstacles experienced by foundations in carrying out their services. Helping hands from donors are needed, but the use of media is currently not effective for donors or the public who want to know about the social services carried out by the White Cross Candidate Foundation. Based on the existing problems, an information media is needed that is able to describe the vision, mission and objectives of the foundation and provide a clear and detailed picture of what service areas are managed by the management of the White Cross Foundation. By using qualitative research methods and applying a linear strategy as a creative stage, it is hoped that we will be able to produce profile videos that can present foundation profile information in more detail and interest to potential donors or the general public who have an interest in social services.

Keywords: *Social Services, Salatiga Video Profile, Christian Cross Social Foundation*

PENDAHULUAN

Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga merupakan yayasan sosial yang bergerak dibidang kemanusiaan dan sosial. Yayasan ini merupakan kelanjutan dari pelayanan *Witte Kruis Kolonie* yang didirikan pada tanggal 14 mei 1902. Pelayanan yang dilakukan yayasan ini, tidak hanya pada bidang sosial saja melainkan juga dibidang pengembangan sumber daya manusia. Terdapat 5 (lima) bidang pelayanan antara lain, Panti Werdha, Panti Asuhan, Panti Karya, Balai Latihan Kerja, Balai Pengobatan. Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga dalam administrasinya berada dinaungan Sinode Gereja Kristen Jawa. Namun dalam operasionalnya, Yayasan Salib Putih mengelola bidang pelayanannya secara mandiri, sehingga dalam mengoperasikan pelayanannya membutuhkan sumber pendanaan yang cukup untuk menjalankan keseluruhan program yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada pelaksanaan program pelayanan Yayasan Salib Putih, membutuhkan dana yang terbilang besar akan pengeluaran yang dibutuhkan untuk menghidupi warganya dan juga biayanya operasional pelayanan per unit pelayanan. Berdasarkan dengan hasil observasi di lapangan, didapatkan fakta bahwa dalam menjalankan operasional pelayanan sangat tergantung dengan sumbangan para donatur dan dalam memberikan informasi atau proposal permohonan bantuan dana, pihak yayasan masih melakukan komunikasi /presenstasi secara lisan dan menggunakan media informasi secara tertulis baik secara *offline* seperti leafet maupun sosial media yayasan (Slamet 2023; Baqi 2023).

Penyajian informasi yang ada saat ini mengenai pelayanan masih sangat minim dan kurang menarik dari segi visualnya. Informasi yang ada tidak menjelaskan secara detail mengenai pelayanan yang dilakukan oleh yayasan. Sehingga media yang ada, belum dapat memberikan informasi yang jelas kepada calon donatur dan masyarakat yang ingin mengetahui mengenai pelayanan sosial dan pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Yayasan (Fajar, 2019; Era, 2019).

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka diperlukan adanya sebuah media informasi dalam bentuk video profil yang mampu menggambarkan visi, misi dan tujuan yayasan serta mampu memberikan gambaran secara detail mengenai bidang pelayanan apa saja yang dikelola oleh pengurus Yayasan Salib Putih secara audio visual. Video Profile diharapkan dapat menyajikan informasi lebih detail dan dapat menarik minat donatur maupun

penyumbang dana untuk berkontribusi dalam membantu pendanaan guna operasional pelayanan di Yayasan Sosial Kristen Salib Putih (Hardiansyah, 2018). Video profil dipilih karena memiliki keunggulan dalam memberikan informasi secara lengkap mengenai Yayasan Salib Putih, dan diperkuat dengan menggunakan elemen audio visual (Mulyadi, 2011). Selain itu dengan adanya video profil ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif media informasi Yayasan Salib Putih untuk menunjang keberlangsungan yayasan kedepannya (Permana, 2017).

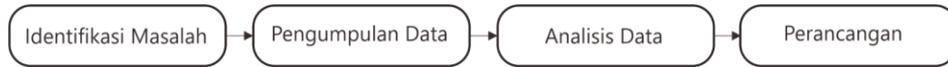
Video profile dapat memberikan gambaran secara singkat dan jelas yang memuat informasi, tujuan, visi dan misi suatu perusahaan maupun lembaga (Evanne, 2019). Terdapat berbagai macam jenis *video profile* yang sesuai dengan kegunaannya, salah satunya yang dapat mempresentasikan pelayanan yayasan, dan adanya unsur visual berupa gambar, suara, atau teks, dapat mempermudah dalam menjabarkan visi dan misi tujuan yayasan (Permana, 2017).

Video informasi merupakan sarana adalah sarana yang penting dalam penyampaian informasi yang lengkap dan terperinci dalam bentuk video audio visual mengenai video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga, mulai dari, visi dan misi, mutu kualitas, tujuan pendidikan, dan fasilitas yang tersedia. Video Profil merupakan media yang sering digunakan untuk mempromosikan semua bidang baik itu perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi daerah yang akan berguna bagi masyarakat dalam mencari informasi karena efektif dalam penggunaannya (Tinambunan, 2022; Deli, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif. Metode ini lebih mengedepankan menyelidiki masalah secara mendalam dengan narasumber terkait yang mampu memberikan informasi yang detail dan mendalam mengenai Yayasan Sosial Kristen Salib Putih. Perumusan masalah yang ada tersebut akan menjadi dasar yang digunakan dalam mengambil data (Apriansyah, 2020). Kelebihan dari metode kualitatif adalah sifatnya yang fleksibel dan berubah-ubah sesuai dengan kondisi temuan di lapangan Dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dengan terlibat langsung, diharapkan mendapatkan data yang akurat dan sesuai fakta yang terjadi di lapangan (Tumimomor, 2023). Penelitian ini juga

menerapkan strategi linier yaitu dengan melakukan tahapan-tahapan yang jelas dari tahapan sebelumnya kemudian dilanjutkan ke tahap selanjutnya setelah menyelesaikan tahap sebelumnya.



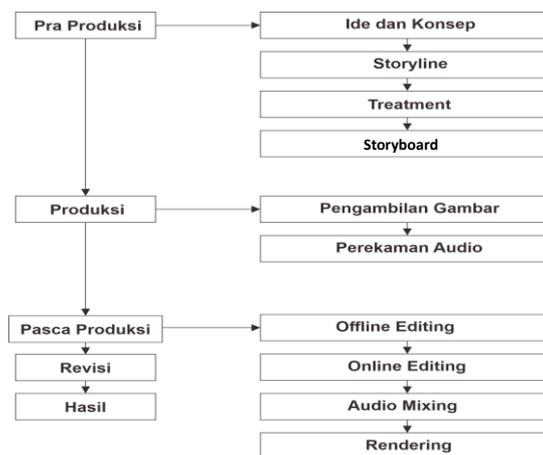
Gambar 1. Linear Strategy

Langkah awal dalam strategi ini adalah dengan melakukan identifikasi masalah terlebih dahulu melalui wawancara kepada pengurus Yayasan yaitu Bapak Arief selaku ketua Yayasan Kristen Sosial Salib Putih Salatiga. Hasil dari wawancara dengan pihak Yayasan mengatakan bahwa Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga dalam menjalankan operasional pelayanannya, masih mengalami kekurangan dana yang signifikan setiap bulannya, informasi mengenai pelayanan yang ada masih kurang efektif untuk masyarakat dan para donatur, dilain sisi juga belum mempunyai sebuah media yang dapat memberikan penjelasan secara benar mengenai unit pelayanan yang selama ini dikelola oleh yayasan. Media yang digunakan saat ini masih berbentuk website dan sosial media yang telah lama tidak update. Selain itu, yayasan secara khusus belum memiliki media audio visual yang memberikan informasi secara detail mengenai Yayasan Sosial Kristen Salib Putih.

Identifikasi masalah juga dilakukan kepada pengurus panti asuhan anak yaitu Bapak Erwin selaku kepala Panti Asuhan. Hasil wawancara yang didapat adalah kurangnya media informasi untuk menjelaskan aktivitas yang dilakukan oleh masing-masing bidang pelayanan panti. Dan masih minimnya media alternatif lain yang membahas informasi lebih detail dan menarik mengenai bentuk pelayanan yang ada di yayasan. Setelah melakukan identifikasi masalah, tahap selanjutnya adalah pengumpulan data, dalam tahap ini pengumpulan data didasari oleh data primer dan data sekunder, Pengumpulan data primer dilakukan kepada Bapak Erwin sebagai pengurus Yayasan, dalam pengumpulan data yang diperoleh yaitu berupa visi, misi dan tujuan, bidang pelayanan yang dikelola oleh yayasan, jumlah warga yayasan serta fasilitas-fasilitas yang terdapat pada Yayasan Salib putih. Data selanjutnya berupa data para donatur yang telah dan membantu yayasan selama ini. Para donatur pada umumnya berasal dari komunitas gereja atau perorangan yang peduli akan pelayanan sosial.

Pengumpulan data, untuk mendukung data primer maka dilakukan pengumpulan data sekunder. Data sekunder dilakukan dengan mencari data melalui jurnal yang terkait dengan penelitian, buku dan artikel terkait, dan beberapa website yang telah membahas mengenai Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga. Dari hasil pengumpulan data ini diperoleh informasi tambahan. Pengumpulan data ini kemudian nantinya akan diolah menjadi sebuah Informasi dan menjadikan referensi untuk kebutuhan pengembangan penelitian. Dari pengumpulan data yang ada kemudian menganalisa data untuk mendapatkan yang sesuai dengan target yang dituju. Dari data yang telah dikumpulkan, kemudian ditentukan target audience secara demografis yaitu dewasa dengan gender laki laki dan perempuan pada rentan usia 20-60 tahun dimana pada range usia tersebut merupakan rata rata penyumbang dana Yayasan dan para aktivis kemanusiaan yang bergerak di bidang sosial. Kemudian yang memiliki karakteristik yang dimiliki oleh para penyumbang ataupun donatur antara lain sudah bekerja, memiliki ketertarikan dalam pelayanan sosial atau kemanusiaan. Karakteristik untuk saling membantu kepada sesama, penyumbang dari segi geografis mencakup masyarakat sekitar Jawa Tengah dan tidak menutup kemungkinan dapat menjangkau masyarakat dalam skala nasional maupun internasional.

Setelah itu, tahapan berikutnya pada strategi liner adalah perancangan media. Perancangan media informasi berupa video profil yang ada dasarnya memiliki tahapan yang sama dengan produksi sebuah film atau video pada umumnya, seperti tahapan pra produksi, produksi, sampai proses pasca produksi. Gambar proses perancangan media dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Bagan Tahap Perancangan

Proses pra produksi diawali dengan menentukan ide dan konsep dari video profil yang akan dirancang. Ide dan konsep adalah langkah awal perancangan yang nantinya dapat tersampaikan pada video profil. Ide dari video profil ini adalah bagaimana menyampaikan informasi mengenai profil yayasan dan bidang pelayanan dengan lebih detail dan menarik. Sedangkan konsep dari video profil ini adalah bagaimana merancang video profil yang menarik dengan menerapkan sinematografi yang menarik dan dinamis, sehingga mampu menggambarkan keseluruhan profil yayasan serta bidang pelayanan dengan sudut pandang yang berbeda kepada audiens sehingga audiens nantinya mendapatkan informasi yang detail dan dengan harapan dapat mengerakkan untuk berkontribusi dalam menyumbang dana demi operasional yayasan.

Tahapan pra produksi berikutnya adalah merancang *storyline*. Storyline merupakan naskah atau kerangka cerita dalam bentuk teks, maksud dari tahap ini adalah membentuk alur cerita, alur cerita yang diterapkan didasarkan oleh ide dan konsep cerita yang direncanakan secara terperinci. *Storyline* dari perancangan video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga sebagai berikut: Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga, sebuah lembaga kemanusiaan yang meneguhkan komitmennya dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada mereka yang membutuhkan dengan sentuhan kasih, video profil ini juga memperlihatkan dampak positif dari pelayanan yayasan melalui bidang pelayanan yang ada.

Bidang-bidang pelayanan yang dikelola salah satunya adalah pelayanan panti asuhan anak, pelayanan ini bertujuan untuk merawat dan mendidik mereka agar menjadi generasi yang berbakti bagi bangsa. Selain itu juga terdapat pelayanan panti werda, yang bertujuan untuk merawat orang-orang yang sudah lanjut usia, kemudian selanjutnya terdapat balai pelatihan yang digunakan untuk melatih sumber daya manusia, pelayanan ini bergerak dalam hal pelatihan kerja antara lain pengolahan kebun kopi, yang menghasilkan kopi pada musimnya dan diolah pada balai pelatihan dan kemudian dijual ke konsumen. Yayasan juga memiliki balai pengobatan yang secara khusus merawat warga ataupun masyarakat sekitar yang memerlukan bantuan kesehatan dan juga obat-obatan.

Semua bidang pelayanan yang ada di yayasan dilakukan secara mandiri, sehingga membutuhkan pengeluaran dana yang tidak sedikit. Pada penutup video profil akan

menayangkan sebuah harapan atau mengajak audiens untuk dapat berkontribusi dalam membantu ketersediaan dana demi menjaga jalannya operasional pelayanan yang dilakukan oleh yayasan ini. Tahapan selanjutnya setelah merancang sebuah *storyline* adalah merancang *treatment* sebagai tahap pembuatan sketsa atau visualisasi dari *storyline* sehingga dalam hingga membangun alur cerita cara terperinci dan memudahkan dalam proses pengambilan gambar pada proses produksi. Berikut untuk penulisan *treatment* video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga.

Scene 1 : Opening Shot : Long Shot, Medium Shot. Menceritakan mengenai kondisi dan keadaan geografis serta aktivitas yang terjadi di Yayasan secara umum.

Scene 2 : Long Shot, Medium Shot. Mengisahkan mengenai profil umum Yayasan dengan menampilkan wawancara dengan narasumber yaitu ketua Yayasan.

Scene 3 : Long Shot, Medium Shot, Medium Close up. Menampilkan penjabaran visi dan misi oleh Bapak Arif selaku ketua Yayasan.

Scene 4 : Long Shot, Medium Shot, Closeup. Menampilkan keadaan lingkungan sekitar panti asuhan anak dan beberapa kegiatan seperti doa, makan pagi, dan bersih-bersih lingkungan sekitar panti anak.

Scene 5 : Long Shot, Medium Shot, Closeup, Medium Closeup. Mengisahkan mengenai profil dan aktivitas yang terjadi di panti wreda, seperti kegiatan ibadah dan renungan pagi, acara tertentu.

Scene 6 : Long Shot, Medium Shot. Mengisahkan mengenai aktivitas mengenai pelatihan sumber daya dilakukan oleh pekerja balai pelatihan.

Scene 7 : Long Shot, Full Shoot, Medium Shot . Menampilkan kegiatan ternak yang dilakukan salah satunya adalah memeras susu dan memberi makan ternak sapi.

Scene 8 : Long Shot, Medium Shot , Medium Closeup. Menampilkan aktivitas pada balai pengobatan serta pengobatan yang dilakukan oleh perawat balai pengobatan itu sendiri.

Scene 9 : Long Shot, Full shoot, Medium Shot . Merupakan *closing statement* yang mengajak kepada audiens untuk berkontribusi sebagai penyumbang dana demi kebutuhan jalannya operasional yayasan dalam pelayanannya.

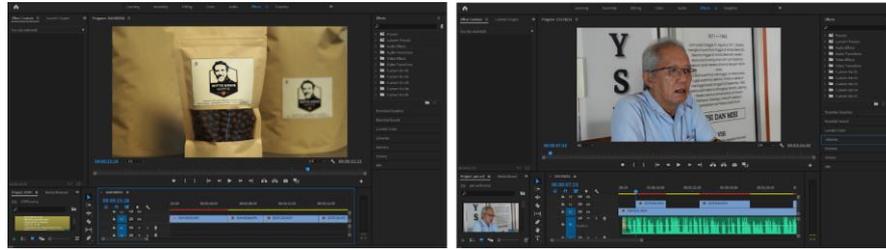
Setelah tahapan perancangan pada pra produksi, maka langkah berikutnya adalah proses produksi, yaitu pengambilan gambar bergerak atau video dan juga produksi narasi audio dalam bentuk *voice over*. Proses pengambilan gambar bergerak atau video dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Tahap pengambilan *footage* video

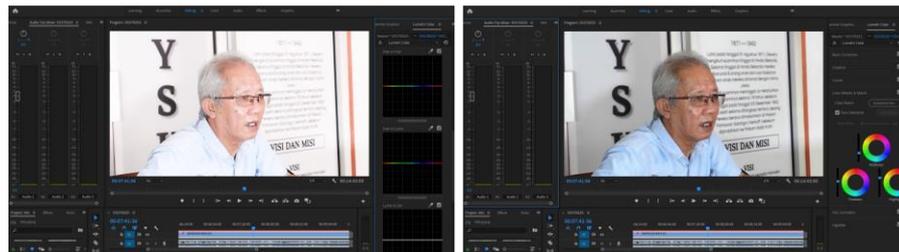
Pengambilan gambar yang berbentuk beberapa *footage* untuk kebutuhan video yang disesuaikan dengan *storyline* dan *treatment* yang telah dirancang sebelumnya. Penggunaan *voice over* untuk kebutuhan narasi, disesuaikan dengan perancangan pada video profil, sehingga *voice over* dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai apa yang sedang dibahas pada video profil. *Voice over* yang digunakan pada penelitian ini disesuaikan dengan video profil yang dirancang seperti karakter suara yang digunakan adalah suara seorang perempuan dewasa yang memiliki suara yang ringan dan jelas agar video profil bisa tersampaikan dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami.

Tahapan pasca produksi merupakan tahapan selanjutnya setelah melakukan proses produksi. Tahapan pascaproduksi terdiri dari *offline editing*, *offline editing*, *mixing*, *grading* dan *rendering*. Proses *offline editing* dilakukan dengan memilah dan memilih *footage* video dan kemudian menyusunnya pada *timeline* yang disesuaikan dengan rancangan alur cerita pada pra produksi. Tahapan berikutnya adalah *online editing*, dimana *footage* video yang sudah diatur, kemudian dilakukan pengeditan warna, memasukan teks serta *effect* yang digunakan sebagai penunjang informasi pada video profil. Proses editing *offline* dan *online* dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Tahap editing offline dan online melalui Software Editing.

Proses *mixing* dilakukan dengan mensinkronkan narasi atau voice over dengan gambar/video yang telah diproduksi sebelumnya. Selain itu juga dilakukan penambahan *backsound* sebagai latar belakang video, *beat backsound* dipilih dengan *beat* yang memiliki kecepatan sedang, sehingga dapat harmonis dengan transisi setiap videonya (Baginda, 2021). Jenis *backsound* adalah *cooporate cinematic backsound*, pemilihan jenis *backsound* ini bertujuan untuk membangun suasana yang diharapkan pada video profil ini. *Colour Grading* yang digunakan pada video profil ini adalah jenis *warm grading*, sehingga mampu menggambarkan suasana mengenai profil yayasan dan berbagai aktivitas pelayanan yang terjadi di yayasan dengan lebih detail dan nyaman untuk dilihat. *Colour Grading* dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Tahap editing *Colour Gradin*.

Setelah keseluruhan tahapan editing selesai dilakukan, maka langkah terakhir dari tahapan pascaproduksi adalah *rendering*. Proses *rendering* adalah proses penyatuan seluruh elemen visual dan audio yang telah tertata atau tersusun dalam *timeline* menjadi sebuah kesatuan video yang utuh. Pemilihan jenis video profil adalah dengan format MP4 codex H. 264 30fps, format ini dipilih karena dapat menghasilkan video profil yang berkualitas tinggi, tajam namun memiliki ukuran file yang kecil.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil dari perancangan video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga berupa video profil yang mampu menjelaskan dengan detail dan menarik mengenai berbagai pelayanan yang dikelola oleh Yayasan Sosial Kristen Salib Putih kepada audiens, khususnya kepada para calon penyandang dana untuk membantu pelayanan dan operasional yayasan. Video profil ini disajikan dengan format resolusi yang tinggi (FULL HD) dan memiliki durasi video selama 4 menit 35 detik.

Adapun pembahasan hasil dari video profil adalah sebagai berikut : *Scene 1* merupakan video pembuka yang menampilkan video tentang yayasan yang berupa gambaran yang berfokus kepada beberapa pelayanan yang ada di Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga. Potongan scene 1 dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Opening video profil yayasan.

Scene 2 menampilkan penjelasan mengenai latar belakang pelayanan yang dilakukan oleh yayasan serta penjelasan secara umum pelayanan yang ada di yayasan. Potongan scene 2 dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Cuplikan mengenai lingkungan Yayasan.

Scene 3 adalah video yang menayangkan Ketua Yayasan dalam menjelaskan dan menjabarkan visi dan misi yayasan secara umum penjabaran visi dan misi yayasan. Potongan scene 3 dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Cuplikan mengenai lingkungan Yayasan.

Scene 4 menjelaskan pelayanan yang dilakukan di panti asuhan anak, menggambarkan aktivitas dan kegiatan rutin yang dilakukan oleh penghuni panti asuhan seperti membersihkan lingkungan yang ada di sekitar panti asuhan anak kemudian dilanjutkan dengan ibadah pagi. Potongan adegan pada scene 4 dapat dilihat pada gambar 9.



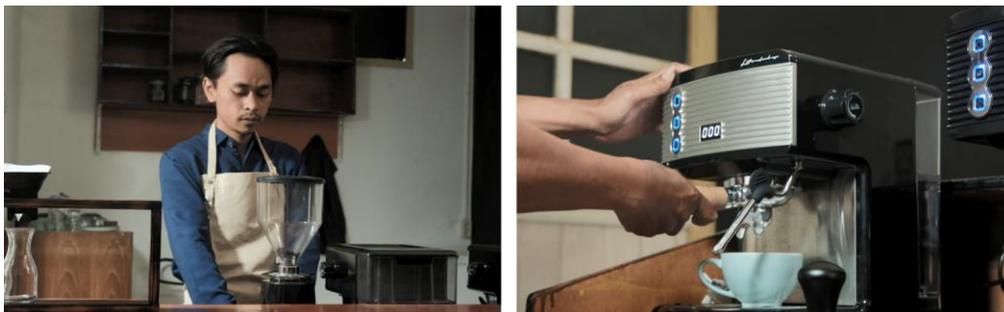
Gambar 9. Kegiatan panti asuhan anak.

Scene 5 menampilkan pelayanan yang dilakukan di panti wreda dan juga aktivitas yang dilakukan oleh penghuni panti wreda. Aktivitas yang digambarkan antara lain ibadah (renungan pagi), aktivitas sehari-hari seperti memasak, mencuci dan makan. Potongan *scene 5* dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. Kegiatan panti werdha.

Scene 6 menyajikan gambar mengenai pelayanan dalam hal mengembangkan sumber daya manusia atau warga dari panti karya. Salah satu aktivitas yang digambarkan adalah seperti pengolahan biji kopi yang merupakan hasil dari perkebunan yang dikelola oleh yayasan secara mandiri, selanjutnya yaitu cuplikan pengolahan kopi yang dilakukan oleh salah satu bidang dalam balai latihan kerja. Potongan *scene 6* dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Pengolahan kopi dari pemilihan biji sapaidengan dengan produk olahan kopi bubuk dan minuman kopi.

Scene 7 adalah menampilkan aktivitas yang dilakukan para pekerja berupa pemerah susu sapi dan pemberian makan ternak sapi setiap harinya. Potongan *scene 7* dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12. Cuplikan proses pengambilan susu sapi dan pemberian makan pada ternak.

Scene 8 merupakan video yang menampilkan mengenai aktivitas yang dilakukan di dalam balai pengobatan seperti contoh pengobatan kepada warga yang berada di dalam lingkup yayasan ataupun warga sekitar yang memerlukan bantuan kesehatan. Potongan *scene 8* dapat dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. Pelayanan yang dilakukan dalam balai kesehatan kepada masyarakat panti asuhan.

Scene 9 merupakan *closing statement* yang berisi mengenai ajakan kepada audiens untuk dapat berkontribusi sebagai penyumbang dana bagi pelayanan dan mendukung operasional Yayasan Sosial Kristen Salib Putih. Potongan *scene 9* dapat dilihat pada gambar 14.



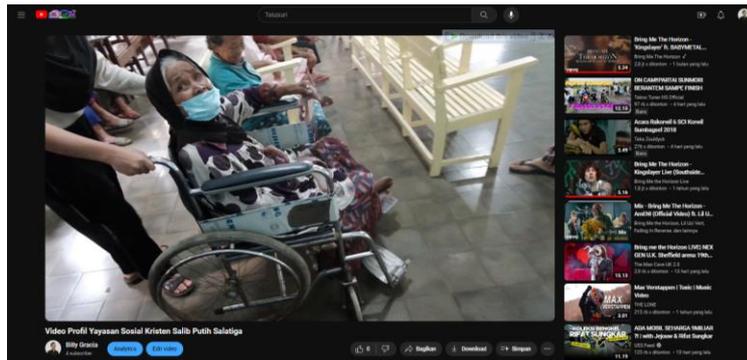
Gambar 14. *Closing Video*.

Setelah mendapatkan hasil dari perancangan video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga ini, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian video profil kepada pihak yang berkaitan dengan tujuan video profil ini dirancang. Pengujian dilakukan secara kualitatif, dengan melakukan wawancara mendalam setelah melihat hasil dari video yang telah dirancang, pengujian dilakukan guna mendapatkan tanggapan atau masukan mengenai isi konten dan kesesuaian jalan cerita kepada Bapak Arief Sadjiarto selaku Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga. Hasil pengujian yang didapat adalah video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga yang telah dirancang telah mampu menggambarkan dan menjelaskan visi, misi dan tujuan yayasan dengan baik. Visualisasi akan berbagai bidang pelayanan yang di kelola oleh yayasan juga sudah digambarkan dengan baik dan menarik dengan gambar atau video yang dinamis. Secara umum, hasil video dapat dan layak dipergunakan dan dimanfaatkan oleh yayasan sebagai salah satu alternatif media yang dapat memberikan informasi dengan detail dan sesuai dengan keadaan yayasan, selain itu video profil juga dapat digunakan sebagai media pendukung secara audio visual dalam mengajak audiens atau masyarakat untuk dapat berkontribusi dalam pelayanan dan mendukung operasional yayasan (Ma'r, 2023).

Selain melakukan pengujian kepada pihak yayasan, video profil juga diujikan kepada praktisi videografi untuk mendapatkan masukan dari segi kualitas videonya. Pengujian dilakukan kepada Nehemia Leonardus, S, Ds., yang merupakan praktisi videografi serta *owner* dari Elona Pictures. Hasil pengujian video didapatkan bahwa video yang dirancang cukup menarik sebagai sebuah video profil, alur cerita yang dibangun juga menarik, visualisasi

gambar detail dan tajam dan sesuai dengan narasinya, pemilihan dan intonasi dari *voice over*nya menarik dan terdengar dengan jelas saat memberikan informasi. *Colour grading* dan *background* yang dipilih telah sesuai dan dapat membangun suasana, namun ada beberapa transisi yang perlu untuk diperbaiki sehingga tidak terjadi “*jump scene*” pada video profilnya. Secara umum video profil yang dihasilkan sudah baik dan layak dimanfaatkan oleh yayasan sebagai video profil yayasan.

Hasil video profil ini dapat diimplementasikan secara *online* melalui platform digital yaitu youtube, yang bisa menjangkau audiens secara luas dan dapat diakses kapanpun untuk melihat cuplikan video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih Salatiga, tidak hanya masyarakat lokal saja, melainkan juga dapat tersampaikan secara nasional maupun internasional (Baginda, 2021 & Akbar, 2021).



Gambar 15. Implementasikan secara *online* melalui *Youtube*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan perancangan video profil Yayasan Sosial Kristen Salib Putih, video yang dihasilkan telah mampu menyampaikan informasi dan menggambarkan visi, misi dan tujuan umum yayasan serta berbagai bidang pelayanan sosial yang dikelola oleh yayasan dengan baik, detail dan informatif. Video profil yang dirancang layak dijadikan media informasi alternatif dan dapat dimanfaatkan oleh Yayasan Sosial Kristen Salib Putih sebagai video untuk mengajak audiens atau masyarakat untuk dapat berkontribusi membantu pelayanan dan operasional pelayanan yayasan. Video profil dapat dikembangkan dengan menerapkan berbagai teknologi pengambilan gambar yang baru, dan juga dapat memanfaatkan *motion grafik* secara lebih maksimal sehingga nantinya dapat lebih menarik perhatian audiens yang menonton video profil ini.

REFERENSI

- Akbar, S. (2021). Media Komunikasi Dalam Mendukung Penyebarluasan. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 73-82.
- Apriansyah, M. R. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi. *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil (Jpensil)*, 9-18.
- Baginda, F. A. (2021). Pengembangan Media Video Audio Visualekosistem Mangrove. *Jurnal PENDAS (Pendidikan Sekolah Dasar)*, 28-41.
- Baqi, R. A. (2023). Media Video Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada Universitas Raharja. *Mavib Jurnal*, 36-46.
- Deli. (2021). Perancangan Dan Pengembangan Video. *Conference On Business, Social Sciences And Technology*, 29-38.
- Era. (2019). Pembuatan Video Profil Perpustakaan Di Dinas Kearsipan. *Pembuatan Video Profil Perpustakaan Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Bara*, 154-160.
- Evanne, L. (2019). Perancangan Video Profile Di Nayaka Japan. 144-162.
- Fajar, K. S. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi. 33-41.
- Hardiansyah1, Q. (2018). Video profile sebagai media penunjang informasi. 75-86.
- Ma'r, J. D. (2023). Peningkatan Brand Awareness Melalui Perancangan Media Promosi Video. *ALAMTANA*, 163-171.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 127-138.
- Permana, A. A. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam. *E-ISSN : 2548-8570*, 238-247.
- Slamet, H. J. S. (2023). Media Berbentuk Video Company Profile. *Seniman: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 30-38.
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar. *Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14-21.
- Tumimomor, A. Y. (2023). Perencanaan dan Perancangan Museum Sekolah Ungaran. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).