

## Pelatihan dan Pemanfaatan Video *Company Profile* sebagai Media Promosi pada Taman Belajar di Karanganyar

Norhikmah\*<sup>1</sup>, Farhan Riski Rianda<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia  
\*e-mail: [hikmah@amikom.ac.id](mailto:hikmah@amikom.ac.id)<sup>1</sup>, [farhanriski@students.amikom.ac.id](mailto:farhanriski@students.amikom.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Pada lembaga pendidikan yang berbasis swadaya masyarakat atau gratis memiliki stigma dimasyarakat bahwa lembaga pendidikan tersebut belum bermutu, karena dimata masyarakat semakin mahal biaya pendidikan semakin bagus mutu pendidikannya. Lembaga paud taman belajar anak termasuk dalam kategori swadaya masyarakat, yang baru berjalan kurang lebih 1 tahun, dan memiliki 6 fasilitator serta beberapa relawan, untuk setiap kegiatan para fasilitator dituntut untuk mendokumentasikan hasil setiap kegiatan dengan baik dan bagus sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam video tersebut tersampaikan dengan baik. Maka dari itu dibutuhkan pelatihan untuk fasilitator bagaimana mengambil video dan gambar dengan benar sehingga dapat dijadikan sebuah rangkaian video yang dapat menjadi profile untuk taman belajar. Dengan tahapan pelatihan, yang pertama penentuan konsep, kedua pengambilan gambar, ketiga editing, tahapan terakhir publish kesesial medi. Sehingga kemanfaatan video company profile untuk dapat memberikan informasi dan gambaran visual yang lengkap dari latar belakang, fasilitas yang dimiliki sampai dokumentasi kegiatan siswa, dengan hasil evaluasi untuk informasi kualitas gambar dan suara video dengan jumlah persentase sebesar 66,7% , yang harapannya video company profile tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media promosi sehingga informasi dapat tersampaikan kepada semua lapisan masyarakat, dan dapat juga membangun branding tersendiri pada lembaga paud taman belajar anak.

**Kata kunci:** Company Profile, Promosi, Taman Belajar, Video

### Abstract

Educational institutions that are community-based or free have a stigma in society that these educational institutions are not of high quality, because in the eyes of society, the more expensive the cost of education, the better the quality of the education. The preschool institution for children's learning gardens is included in the community self-help category, which has only been running for approximately 1 year, and has 6 facilitators and several volunteers. For each activity the facilitators are required to document the results of each activity well and well so that the message they want to convey in the video delivered well. Therefore, training is needed for facilitators on how to take videos and pictures correctly so that they can be made into a series of videos that can become a profile for the learning park. With training stages, the first is determining the concept, the second is taking pictures, the third is editing, the last stage is publishing for social media. So the benefit of the company profile video is to be able to provide complete information and visual images from the background, facilities available to documentation of student activities, with evaluation results for information on video image and sound quality with a total percentage of 66.7%, which is expected to be a company profile video This can be used as a promotional medium so that information can be conveyed to all levels of society, and can also build its own branding for children's pre-school learning institutions.

**Keywords:** Company Profile, Learning Park, Promotion, Video

## 1. PENDAHULUAN

Taman belajar yang beralamatkan di Karanganyar, Sleman, Yogyakarta merupakan salah satu fasilitas pendidikan non-formal untuk anak usia dini dan usia sekolah dibawah naungan Yayasan Rumah Sekolah Indonesia. Fasilitas pendidikan ini dapat berfungsi sebagai pelengkap dan/atau pengganti pendidikan formal yang sudah banyak tersedia, yang memiliki latar belakang yang sangat mulia yaitu Diawali dengan berdirinya wadah belajar berbasis keluarga "Rumah Sekolah" di awal pandemi (April 2020), dimana kegiatan belajar luring dengan jumlah anak terbatas (small bubble learning activities) dilakukan di teras rumah, sehingga dapat membuat anak agar mengurangi aktivitas anak bermain gadget atau handphone , Diketahui bahwa penggunaan gawai (gadget) yang berlebihan berdampak negatif pada perkembangan anak.

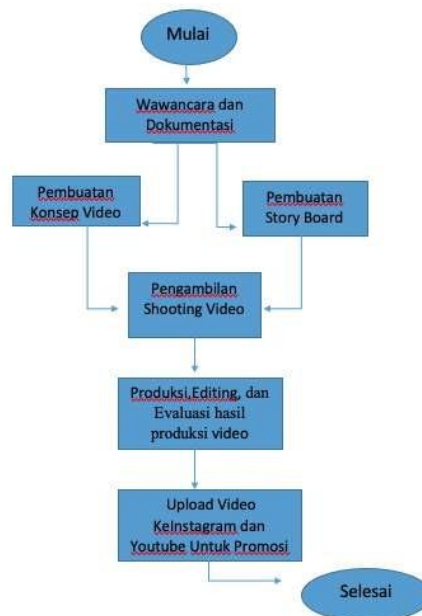
Penelitian menunjukkan bahwa menatap layar gadget lebih dari 40 menit dapat berakibat buruk pada perkembangan otak anak. Melihat fenomena tersebut, Yayasan Rumah Sekolah Indonesia berinisiatif untuk memfasilitasi kegiatan anak secara nyata di alam terbuka melalui kegiatan yang menstimulasi perkembangan fisik, emosi, sosial, dan kognitif anak. Maka dibangunlah paud taman belajar anak yang baru berjalan kurang dari 1 tahun, rentang usia siswa 3- 6 dengan jumlah fasilitator atau guru yang mendampingi sebanyak 7 orang dan jumlah murid sebanyak 11 orang untuk yang belajar dipagi hari, sedangkan yang mendaftar untuk kegiatan disore hari tidak ada siswa yang mendaftar, yaitu berupa pendampingan belajar tambahan berupa bahasa inggris dan matematika untuk anak usia SD, dikarenakan jumlah murid yang masih sangat sedikit, sedangkan kurikulum pembelajaran yang dimiliki sudah cukup baik, yang disebabkan media informasi yang digunakan belum optimal, media promosi yang digunakan hanya sosial media Instagram dan whatsapps, dan informasi yang disampaikan dimedia tersebut terkait informasi dan kegiatan paud taman belajar anak belum lengkap, ditambah minimnya pengetahuan fasilitator dalam mengambil dokumentasi gambar dan video disetiap kegiatannya, dan kurangnya pemasaran berbasis informasi teknologi (Wahyuni et al., 2023). sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi tersebut dan ditambah *stigma* dimasyarakat sekitar bahwa sekolah gratis itu memiliki mutu pendidikan yang tidak cukup baik. meningkatkan kreativitas dalam menyusun rancangan profile sekolah berbentuk video(Wibawa et al., 2020)

Bidang pendidikan saat ini sedang berubah struktur pengajaran dan struktur pemasaran(Santoso & Dewi, 2021), *dari offline menjadi online dengan memanfaatkan social media. Company Profile* adalah salah satu hal penting yang dimiliki oleh suatu perusahaan karena dapat membangun identitas serta citra suatu perusahaan (Maharani Jasmine & Benaya Loen, 2020). Tidak terkecuali bidang pendidikan contohnya paud taman belajar anak, juga membutuhkan *branding* yang mencerminkan bagaimana citra paud tersebut. *Company Profile* terbagi menjadi empat jenis yaitu website, cetak, aplikasi interaktif, dan video (Maharani Jasmine & Benaya Loen, 2020). Dalam pengabdian ini pengabdian memilih *company profile* menggunakan video. Video dipilih dikarenakan dapat sebagai media penyebaran informasi yang dinamis, praktis dan menarik yang mampu menggabungkan teknologi audio dan visual secara bersama-sama. Salah satu media visual melalui video akan dikemas menjadi video company profile (Widiastuti & Baihaqi, 2019). Dan ilmu yang didapat digabungkan dengan teori strategi visual komunikasi (Leonardo et al., 2021). *Video company profile* berpotensi menjadi media promosi digital (Leonardo et al., 2021).

Tujuan dalam pelatihan pembuatan video company profile ini dapat menambah pengetahuan bagi para fasilitator dan menjadi wadah media promosi untuk pihak paud taman belajar anak dalam memberikan informasi terkait profile sekolah sampai kegiatan siswa sehingga dapat membangun *image* yang baik dimasyarakat sekitar, dan berdampak bertambahnya siswa.

## 2. METODE

Pada gambar 1 berikut tahapan pelatihan pembuatan video company profile yang tim pengabdian.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

Gambar 1 diatas merupakan alur pelaksanaan dilakukan pengabdian adalah :

- a. Melakukan pengumpulan data dengan 2 teknik :
  - 1) Wawancara : Wawancara dilakukan dengan tim pengurus paud Taman Belajar Anak , terkait dengan video company profile yang akan dibuat
  - 2) Dokumentasi : Pengambilan gambar fasilitas paud yang dimiliki dan data profile paud Taman Belajar anak
- b. Pembuatan konsep video dan *storyboard*
- c. Pengambilan *shooting* dan pelatihan untuk video *company profile*
- d. Produksi, editing, dan evaluasi hasil produksi video *company profile*
- e. Upload video ke youtube dan instagram dengan menggunakan akun resmi paud taman belajar

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari proses tahapan pelatihan pembuatan *company profile* yang dilakukan oleh tim pengabdian sesuai alur pelaksanaan pengabdian yang terdapat pada gambar 1 , dengan penjelasan alur kegiatan yang lebih detail mulai dari konsep sampai evaluasi, yang dibahas dalam bab hasil dan pembahasan sebagai berikut:

#### 3.1. Konsep Video *Company Profile*

- a. Welcome taman bermain terdiri dari video lokasi dan peta lokasi
- b. Struktur penggagas dari yayasan rumah belajar Indonesia
- c. Video Kegiatan siswa seperti senam, mengaji, mengenal bentuk, cara berwudhu, dan acara akhir tahunan
- d. Profile guru atau fasilitator
- e. Testimoni wali murid
- f. Penutup
  - 1) Cara pendaftaran
  - 2) Akses informasi terupdate



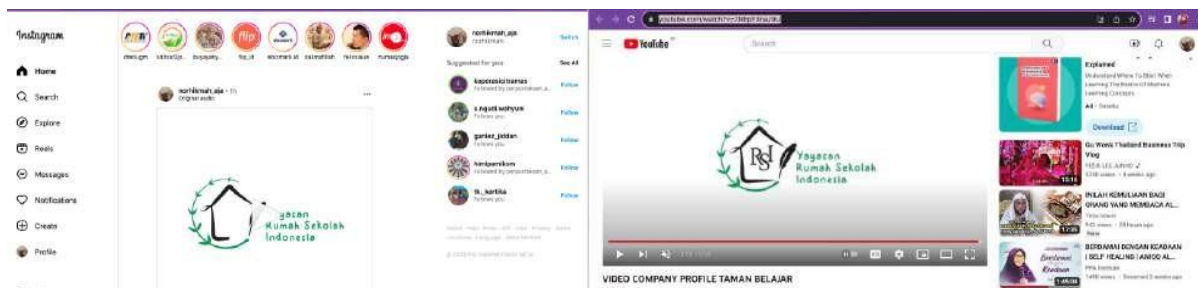


Gambar 3. Kegiatan pengambilan gambar dan video

Gambar 3 diatas adalah gambar proses pengambilan gambar dan video serta pelatihan yang diberikan kepada fasilitator dengan materi teori terkait angel gambar dan video serta langsung percobaan dalam mengambil video menggunakan kamera yang sudah disiapkna serta handphone yang digunakan oleh fasilitator.

### 3.4. Upload Social Media

Sosial media yang digunakan adalah instagram dan youtube yang terlihat pada gambar 4 dibawah ini, yang harapannya setelah mengupload didua sosial media tersebut selain whatsapp maka dapat menjadi media promosi pada taman belajar.



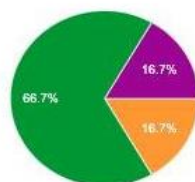
Gambar 4 . Hasil video disocial Media

### 3.5. Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi menggunakan google form ,dengan jumlah 6 responden didapatkan hasil kesimpulan dari 6 pertanyaan yang diajukan dan hasil presentase yaitu informasi, kualitas gambar dan suara , untuk yang menjawab ya sebesar 66,7% dan menjawab sangat ya 16,7% sedangkan netral sebesar 16,7%, dan kebermanfaatan isi konten video untuk media promosi sebesar 66,7% menjawab sangat ya dan 33,3% menjawab ya, terlihat pada gambar 5.

Apakah Informasi yang disampaikan divideo sudah lengkap?

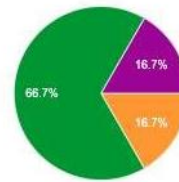
6 responses



● Sangat Tidak  
● Tidak  
● Netral  
● Ya  
● Sangat Ya

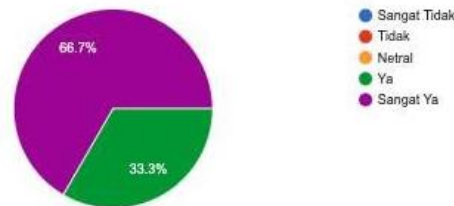
Apakah gambar dalam video terlihat jelas dan menarik?

6 responses



● Sangat Tidak  
● Tidak  
● Netral  
● Ya  
● Sangat Ya

Apakah kegiatan dan gambar pembuatan video company profile ini bermanfaat dan membangun branding?  
6 responses



Gambar 5. Hasil Evaluasi

#### 4. KESIMPULAN

Hasil dari pengabdian ini adalah sebuah pengetahuan dalam pengambilan dokumentasi dengan baik dan benar, serta berupa sebuah video *company profile* yang bertujuan untuk media promosi dan membangun *branding* sebagai sekolah yang bersahabat atau belajar dengan alam, yang sudah diupload Diyoutube, Instagram, whatapps, serta social media lain, video tersebut berdurasi kurang dari 4 menit, dengan hasil evaluasi untuk informasi kualitas gambar dan suara serta dapat dijadikan media promosi, dengan jumlah evaluasi persentase rata-rata sebesar 66,7 % dari 6 responden dari fasilitator atau guru-guru taman belajar.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kami ucapkan Kepada Direktorat LLPM UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA, yang sudah memberikan dukungan *financial* dalam kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Leonardo, J. A., Duto Hartanto, D., & Febriani, R. (2021). Perancangan Konsep Video Company Profile Untuk Meningkatkan Awareness Studio ADHD Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18).
- Maharani Jasmine, A., & Benaya Loen, R. (2020). Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry ( The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry ). *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(2), 125–132.
- Santoso, A. B., & Dewi, M. U. (2021). Implementasi Website Company Profile Sebagai Media Sistem Informasi Pemasaran Dan Pengenalan Sekolah Secara Online Saat Pandemi. *Jurnal Abdidias*, 2(4), 859–865. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v2i4.383>
- Wahyuni, N., Djonnaidi, Si., Miladiyenti, F., & Ramadhani, P. A. (2023). Pemanfaatan Video Profil Kampung Kerajinan Daur Ulang Sampah Dan Seribu Keripik Sebagai Sarana Promosi Dan Pengembangan Kampung Tematik Kelurahan Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(11), 6867–6874.
- Wibawa, R., Diah Ikawati, H., Resnandari Puji Astuti, E., Ilmu Pendidikan dan Psikologi, F., & Coresponding autor, U. (2020). Pelatihan Pembuatan Video Company Profile Bagi Siswa Ma Darul Qur'an Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika*, 1(1), 20–24.
- Widiastuti, S., & Baihaqi, H. (2019). PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SIANGSA (SISTEM INFORMASIANGKUT SAMPAH) PADA KECAMATAN KALINYAMATAN KABUPATEN JEPARA. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 978–602.