

Storyboard Design For Video Profile Communication Science University Of Muhammadiyah Sidoarjo

[Perancangan Storyboard Untuk Video Profil Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo]

Tito Priaka Puspa¹⁾, Poppy Febriana²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

E-mail: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *The development of technology and information is increasingly rapid, which also has an impact on promotional media which increasingly has many ways of promoting goods or services. One of them is the making of a company profile video for the Faculty of Business, Law and Social Sciences, University of Muhammadiyah Sidoarjo, which does not yet have a company profile video as a promotional medium. The creation of a company profile video to introduce the institution to the wider community, convey what is on the University of Muhammadiyah Sidoarjo and explain what spaces and facilities are on the Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Therefore, this research will create a company video of the Faculty of Business, Law, and Social Sciences, University of Muhammadiyah Sidoarjo. The results of this research will make it easier to introduce the Faculty of Business, Law, and Social Sciences of Muhammadiyah Sidoarjo University. By conducting a research using a descriptive approach, through interviews, observation, and documentation, researchers can get the results of the company profile video that has been made for the Faculty of Business, Law, and Social Sciences, Muhammadiyah Sidoarjo University.*

Keywords – Design, Storyboard, Video Profile

Abstrak. *Berkembangnya teknologi dan informasi sudah semakin pesat, berdampak juga kepada media promosi yang semakin memiliki banyak cara dalam mempromosikan barang ataupun jasa. Salah satunya adalah Pembuatan video company profile Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang belum memiliki video company profile sebagai media promosi. Dibuatnya video company profile ini bertujuan untuk memperkenalkan institusi kepada masyarakat luas, menyampaikan apa saja yang ada di dalam kampus Universitas Muhammadiyah Sidoarjo serta menjelaskan ruang dan fasilitas apa saja yang ada pada kampus Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dibuat video company Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hasil penelitian ini akan mempermudah untuk memperkenalkan Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dengan melakukan sebuah penelitian menggunakan pendekatan deskriptif, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti dapat mendapatkan hasil dari video company profile yang telah dibuat untuk Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.*

Kata Kunci – Perancangan, Storyboard, Video Profile

I. PENDAHULUAN

Perkembangan sebuah teknologi telah mengubah kebiasaan manusia secara global. Perkembangan ini membuat teknologi dunia menjadi semakin jauh berkembang dan menyebabkan perubahan di semua lini dan aspek secara signifikan. Sisi positifnya, manusia menjadi lebih mudah untuk mengetahui peristiwa yang terjadi di negara tertentu tanpa harus berada di tempat tersebut (Wijoyo, 2021). Salah satu produk teknologi yang membuat kita bisa sejauh ini adalah internet. Indonesia sendiri merupakan negara dengan nilai pengguna internet tertinggi di Asia Tenggara. Menurut hasil pendataan Survei Susenas 2020, di Indonesia sendiri, dari hasil 53,73 % masyarakat di negara Indonesia. Tingginya penggunaan jaringan internet ini menggambarkan betapa keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap kemajuan teknologi dan perubahan menuju masyarakat yang maju.

Karena zaman semakin maju maka semakin berkembang juga cara, waktu, serta ide dan konsep dan penyampaian informasi. Mulai dari cara penyebarluasan informasi melalui satu orang ke orang yang lain. Memiliki area penyebaran yang tidak terbatas dan media digital seperti iklan digital yang memiliki waktu yang singkat, namun memiliki area yang luas serta memiliki ide dan konsep yang menarik dalam menyampaikan informasi melalui media promosi. Salah satu media promosi yang biasa digunakan saat ini

Metode ini akan menghasilkan inovasi baik dalam adalah video profil. Video profil juga memberikan kesan daya pikat tersendiri, yang utama pada media sosial, agar informasi yang ditayangkan ke konsumen maka diperlukan media promosi yang jelas (Abdillah, Adhiguna & Sevtiana, 2017).

Video profil adalah media elektronik untuk menyampaikan suatu informasi yang efektif dalam memperkenalkan objek wisata dll. Dengan media inilah informasi dapat dengan mudah dicermati oleh semua kalangan masyarakat (Kertiasih & Budhayasa, 2017).

Berdasarkan hasil observasi pribadi, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo perlu memiliki Video Profil untuk meningkatkan daya tarik tersendiri sebagai platform media promosi online yang adaptif dan komunikatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan instansi terkait, mereka mengkonfirmasi adanya kebutuhan untuk promosi dan juga diyakini dapat berperan sebagai media publikasi dan promosi untuk menyebarkan luaskan informasi kepada masyarakat, memberikan akses yang cukup mudah dalam mendapatkan informasi tanpa harus memikirkan jarak dan waktu, sebagai media penyampaian informasi up to date, efektif dan efisien karena jangkauan penyebaran tak terbatas Pramusinto, & Anif, 2020).

II. METODE PERANCANGAN

1. Pendekatan Deskriptif

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan deskriptif karena mengusung pembuatan alur cerita yang menggambarkan kejadian demi kejadian dalam potongan-potongan suatu adegan yang dapat tergambar dengan baik.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik-teknik ini dipilih agar meminimalisir adanya data-data yang tidak relevan serta mempermudah proses perancangan.

a. Wawancara

Proses menggali data dengan narasumber secara langsung dengan Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sesuai dengan pedoman wawancara.

b. Observasi

Mengamati langsung di lapangan dengan datang langsung ke Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk melihat sarana dan prasarana di masing masing kelas dan laboratorium disetiap program studi.

c. Dokumentasi

Dilakukan dengan metode Dokumentasi ini dengan tujuan agar mudah kita saat membuat suatu perancangan berupa storyboard yang melihat dari masing masing adegan di alur cerita yang menyesuaikan dengan tempatnya.

Analisis dan perancangan ini menganalisis permasalahan-permasalahan yang akan diteliti dan perancangan secara rinci tentang apa saja yang akan dilakukan serta bagaimana cara penyajiannya. Pada tahap ini dilakukan pembuatan script, storyboard, dan animasi serta beberapa angka lainnya sehingga terbentuk video company profile Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Dalam perancangan video profil tahapan yang harus dilakukan. Tahapan yang dimaksud adalah tahap Pra-Produksi. Pra produksi yaitu tahap dimana dilakukan pengalamanan dan persiapan tantangan-tantangan teknis yang diperlukan untuk produksi.

Tahap Pra Produksi merupakan tahapan awal pada sebuah perencanaan, garis besarnya pra-produksi merupakan tahapan persiapan sebelum memulai produksi. Adapun, diantara bagian-bagian dari tahap pra-produksi:

a. Outline

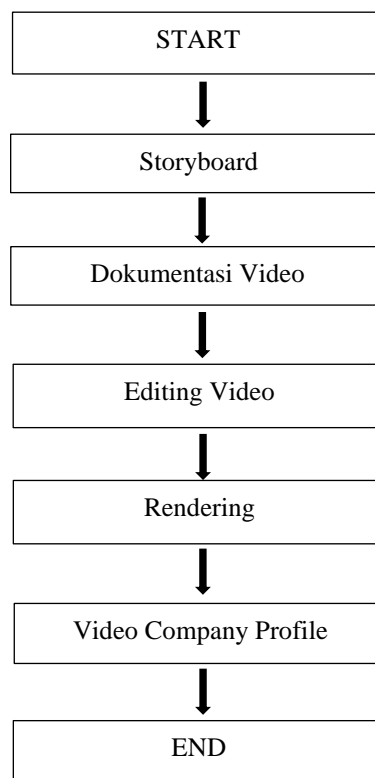
Outline dapat mempermudah dalam pembuatan sebuah proyek video, sebuah rencana kasar sebagai pelaksanaannya. Outline juga dapat disebutkan sebagai point utama pekerjaan yang dapat berfungsi membantu mengidentifikasi material apa saja yang harus dibuat, didapatkan, atau disusun agar pekerjaan dapat berjalan dengan baik.

b. Script/Skenario

Skenario merupakan sebuah naskah cerita yang dapat menguraikan urutan setiap adegan yang akan dibuat, perpindahan tempat dan keadaan, dan sebuah dialog dengan artikulasi yang diucapkan cukup jelas. Naskah cerita harus dibuat cukup dramatik dengan fungsi sebagai petunjuk kerja dalam pembuatan sebuah film. Outline saja sudah cukup untuk memulai tahapan pra-produksi, tetapi naskah cerita dapat berguna agar sebuah film terlihat lebih tertata dengan adanya arahan sebelum memulai produksi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Flowchart



Gambar 1. Flowchart Perancangan *Company Profile*


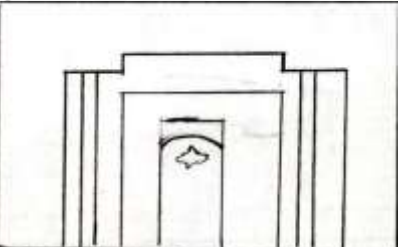
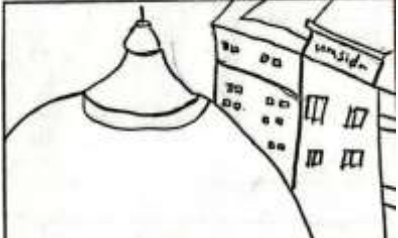
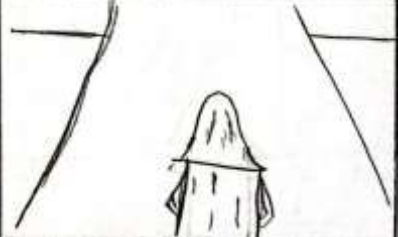
Flowchart dapat diartikan sebagai langkah langkah penyelesaian masalah yang di tuliskan dalam suatu simbol-simbol tertentu. Flowchart menunjukkan alur di dalam program secara logika, tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi tetapi flowchart juga digunakan sebagai pedoman dalam suatu alur dalam program. Menggambarkan langkah atau pemecahan masalah secara sederhana yang mudah dimengerti dengan menggunakan beberapa simbol yang dikenal standart sebagai tujuan membuah flowchart dalam suatu program.


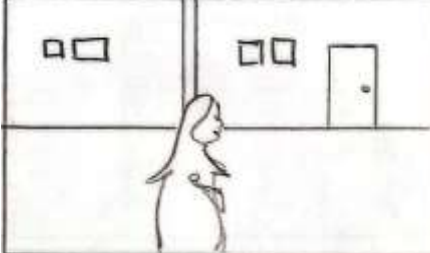
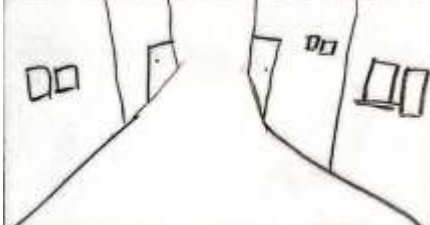
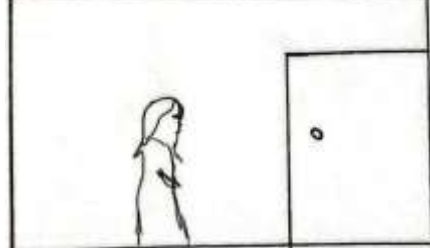
B. Storyboard

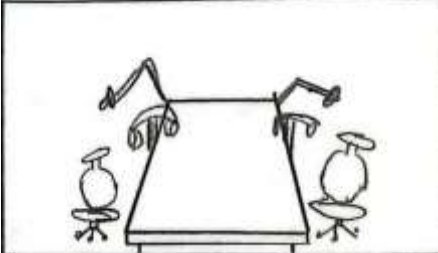
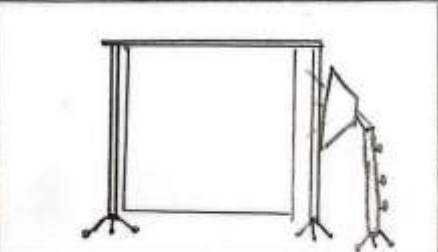
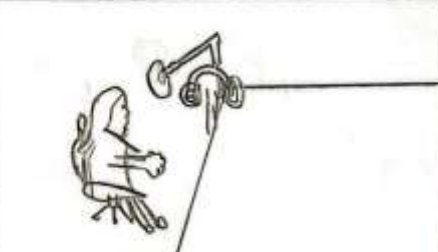
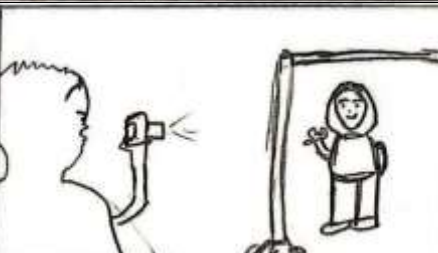
Storyboard merupakan sebuah narasi cerita yang telah divisualkan dan disusun secara urut dalam bentuk sketsa gambar yang ditempatkan dalam sebuah panel-panel khusus. Secara garis besar, storyboard memiliki tujuan untuk menentukan rangkaian cerita, rangkaian waktu, tata letak, gerakan dan sudut pengambilan gambar yang digunakan di setiap frame dalam sebuah film animasi. Penggunaan storyboard sebelum merekam keseluruhan produksi film juga lebih mempermudah dalam pelaksana kedepannya.

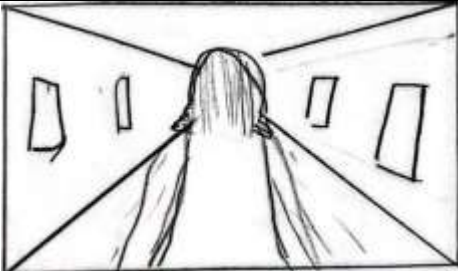
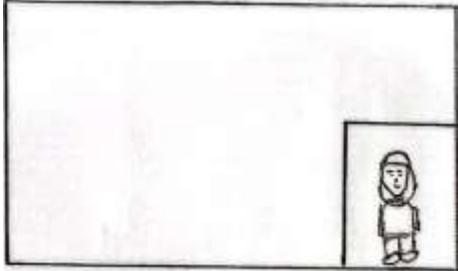
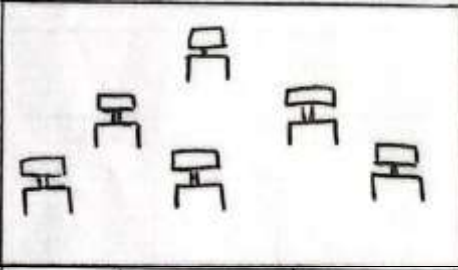

Keterangan :
 PG : Pengambilan Gambar
 M : Musik
 DK : Dialog Kunci
 L : Lokasi
 T : Timer
 D : Deskripsi

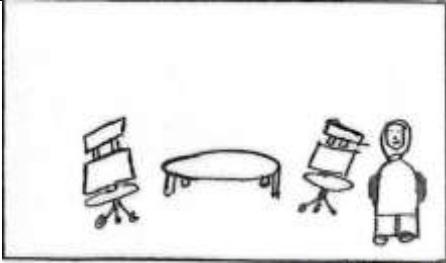
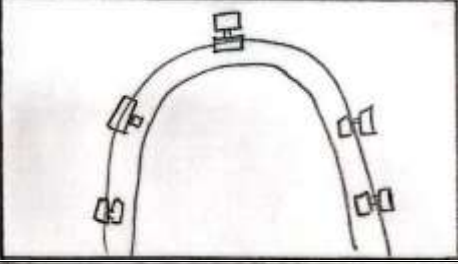
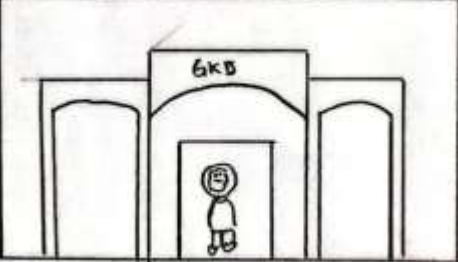
Tabel 1. Storyboard

SCENE	SHOT	BOARD	DESKRIPSI
1	1		PG : Bird Eye + Drone DK : Narasi (Voice Off) L : Umsida T : 00:05 M : On
1	2		PG : Bird Eye + Drone DK : Narasi (Voice Off) L : Umsida T : 00:05 M : On
1	3		PG : Bird Eye + Drone DK : Narasi (Voice Off) L : Umsida T : 00:05 M : On
2	1		PG : Medium Shoot DK : Narasi (Voice On) L : Lobby Umsida T : 00:05 M : On

2	2		<p>PG : Close Up DK : Narasi (Voice On) L : Lobby Umsida T : 00:05 M : On</p>
2	3		<p>PG : Medium Shoot DK : Narasi (Voice Off) L : Lorong Gedung Umsida T : 00:10 M : On</p>
2	4		<p>PG : Wide Angle (Established shoot) DK : Narasi (Voice Off) L : Lorong Gedung Umsida T : 00:05 M : On</p>
3	1		<p>PG : Medium Shoot DK : Narasi (Voice On) L : Depan Lab Podcast dan Lab Fotografi T : 00:10 M : On</p>

3	2		<p>PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Podcast T : 00:10 M : On</p>
3	3		<p>PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Fotografi T : 00:10 M : On</p>
3	4		<p>PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Podcast T : 00:10 M : On</p>
3	5		<p>PG : Wide Angle (Foreground) DK : Narasi (Voice On) L : Lab Fotografi T : 00:10 M : On</p>

SCENE	SHOT	BOARD	DESKRIPSI
3	6		PG : Medium Shoot DK : Narasi (Voice Off) L : Lorong Gedung Umsida T : 00:10 M : On
4	1		PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Desain T : 00:10 M : On
4	2		PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Desain T : 00:10 M : On
4	3		PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab TV T : 00:10 M : On

SCENE	SHOT	BOARD	DESKRIPSI
4	4		PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice on) L : Lab PR T : 00:10 M : On
4	5		PG : Wide Angle DK : Narasi (Voice On) L : Lab Media Sosial T : 00:10 M : On
4	6		PG : Wide Angle Continues to Bird Eye DK : Narasi (Voice On) L : Depan Gedung Umsida T : 00:20 M : On

IV. KESIMPULAN

Video profil Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo memiliki tujuan dan kegunaan yang sangat penting. Pertama, video ini bertujuan untuk memperkenalkan secara menyeluruh mengenai Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo kepada masyarakat luas. Melalui video ini, calon mahasiswa dan orang-orang yang tertarik dengan bidang komunikasi dapat memahami program studi ini dengan lebih baik, termasuk mata kuliah yang ditawarkan, kurikulum, fasilitas, dan pengalaman belajar yang dapat diperoleh di dalamnya. Video profil ini juga dapat memberikan informasi tentang visi, misi, dan tujuan pendidikan Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo.

Kedua, video profil ini bertujuan untuk mempromosikan keunggulan dan prestasi yang telah diraih oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo. Dalam video ini, dapat ditampilkan prestasi mahasiswa dan alumni program studi ini, seperti penghargaan dalam kompetisi komunikasi, publikasi karya ilmiah, dan partisipasi dalam kegiatan akademik dan non-akademik. Hal ini dapat memperkuat citra positif Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo di mata calon mahasiswa dan masyarakat umum.

Ketiga, harapan untuk karya ini adalah dapat meningkatkan minat dan antusiasme calon mahasiswa dalam memilih Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo sebagai tempat untuk mengejar pendidikan tinggi. Dengan menyajikan informasi yang komprehensif dan menarik dalam video profil ini, diharapkan calon mahasiswa dapat melihat potensi dan peluang yang ada dalam program studi ini. Selain itu, harapannya juga agar video profil ini dapat memperkuat hubungan antara Program Studi Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sidoarjo dengan masyarakat, baik melalui penyebaran melalui media sosial maupun dalam kegiatan promosi offline.

V. REFERENSI

- [1] Halaz, "Merancang Storyboard," 2012.
- [2] A. Taufika, "Pembuatan Video Company Profile Berbasis Multimedia Di Hotel Taman Sari Karanganyar Kabupaten Karanganyar," vol. 2, no. 1, 2013.
- [3] V. Olivia, N. M. Damajanti dan C. Muljosumarto, "Perancangan Media Informasi Tentang Bahasa Isyarat Indonesia," Jurnal DKV Adiwarna, vol. 1, no. 12, 2018.
- [4] H. Wijoyo dan D. Sunarsi, "Transformasi Digital Dari Berbagai Aspek," 2021.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.