

## Pengembangan Video Profil Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta ( Dari Proses Produksi Menuju Media Sosial Youtube)

**Ubedilah Badrun**

*Dosen Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta*

[Ubedilah.badrn@gmail.com](mailto:Ubedilah.badrn@gmail.com)

[ubedilah@unj.ac.id](mailto:ubedilah@unj.ac.id)

**Bambang Prasetya Adhi**

*Dosen Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta*

[bambangpadhi@gmail.com](mailto:bambangpadhi@gmail.com)

[bambangpadhi@unj.ac.id](mailto:bambangpadhi@unj.ac.id)

### Abstrak

Revolusi teknologi informasi telah merubah semua kehidupan, baik dibidang ekonomi maupun bidang lainya termasuk bidang pendidikan khususnya perguruan tinggi atau universitas. Saat ini universitas memiliki tantangan baru untuk mempublikasikan keberadaanya secara global. Berbagai macam aktivitas akademik maupun non akademik dan fasilitas yang dimiliki universitas perlu dipublikasikan secara nasional maupun internasional. Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai salah satu Universitas Negeri di Jakarta memandang penting untuk terus mengembangkan pola publikasinya termasuk publikasi Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Sebab sebagai universitas negeri maka publik memiliki hak untuk mendapatkan informasi dari apa yang telah dilakukan Pascasarjana UNJ. Dengan publikasi berbasis digital maka masyarakat luas khususnya calon mahasiswa magister maupun doktor UNJ dengan mudah mendapatkan informasi. Pengembangan video profil pascasarjana UNJ berbasis digital yang dikembangkan dan dipublikasikan melalui media sosial youtube dilakukan dalam kerangka memenuhi tuntutan era saat ini. Melalui metode riset dan pengembangan (research & development) kami berhasil memproduksi dan mempublikasikanya dengan respon positif publik.

Kata Kunci : Penelitian & pengembangan, Video Profile, Media Sosial, youtube

#### 1. Pendahuluan

Suatu perusahaan atau lembaga pada umumnya mengharapkan setiap media informasi, baik cetak maupun elektronik yang dapat membantunya dalam menginformasikan produk atau jasa yang ia tawarkan kepada masyarakat, sehingga masyarakat diharapkan dapat mengenal bahkan pada akhirnya menggunakan produk dan jasa tersebut. Tetapi dalam menginformasikan produk atau jasa itu tidak hanya selalu berbentuk iklan yang menjajakan dan membujuk masyarakat umum. Jalan lain yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga adalah dengan membuat *company profile*. Jefkins (2009:39) bahwa *company profile* adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya.

Era keterbukaan dan era teknologi informasi, penting bagi sebuah kelembagaan untuk mensosialisasikan berbagai macam aktivitas dan

fasilitas yang ada di lembaga tersebut. Hal ini juga berlaku bagi Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Informasi tentang aktivitas dan fasilitas Pascasarjana UNJ perlu disampaikan kepada masyarakat luas dalam rangka memperkenalkan terhadap publik maupun dalam rangka menarik mahasiswa. UU No. 14 tahun 2008 bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya, menyangkut hak asasi manusia dalam memperoleh informasi, serta mewujudkan ciri penting di dalam aspek negara yang demokratis.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi membuat berbagai aktivitas dan kehidupan sehari-hari tidak lepas dari informasi yang didapat baik dari media cetak maupun media elektronik. Peranan teknologi informasi dan multimedia juga tidak ketinggalan, berbagai informasi ditawarkan dengan bentuk multimedia yang dapat menciptakan presentasi interaktif dan

informatif dengan mengombinasikan teks, audio, video, animasi dan grafik yang digunakan untuk keunggulan bersaing. Pengenalan dunia pendidikan dengan teknologi informasi saat ini sangat diperlukan, karena sebagai sarana informasi untuk para calon mahasiswa program magister dan doktor mengetahui program studi di Pascasarjana UNJ. Informasi ini sangat dibutuhkan oleh calon mahasiswa program magister dan doktor yang akan menimba ilmu, selain itu video profil merupakan salah satu cara untuk sebuah institusi mempromosikan serta menjalin kerjasama dengan dunia luar.

Belum adanya media publikasi video Pascasarjana UNJ yang dapat memberikan gambaran utuh dan kekinian tentang kondisi Pascasarjana UNJ melalui media sosial youtube menjadi latar belakang penting untuk segera dilakukan riset dan pengembangan video profil pascasarjana UNJ. Penyajian informasi dengan menggunakan media video merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah menyampaikan pesan penting karena dalam bentuk audio maupun visual lebih mudah diterima oleh publik dengan cepat. Jarwati dan Kristianto (2014:13) menguraikan bahwa video profil merupakan salah satu media yang efektif dalam mempromosikan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi daerah, termasuk sebuah lembaga pendidikan. Dengan komunikasi melalui audio dan visual maka pada titik tertentu penyampaian promosi semakin lebih efektif. Dengan adanya media informasi seperti video profil bagi sebuah lembaga pendidikan, diharapkan dapat memberikan informasi untuk masyarakat luas tentang video profil yang ditampilkan, sehingga masyarakat mengetahui tentang segala aktifitas yang ada pada sebuah lembaga tersebut. Lalu, bagaimana proses riset dan pengembangan video profile pascasarjana UNJ dilakukan agar bisa dipublikasi melalui media sosial dan diterima oleh publik secara nasional maupun internasional?

## 2. Diskusi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolution) dan perubahan secara bertahap.

Seels dan Richey (Suryo, 2012:7) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Suryo, 2012:7) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan. Irfandi (2015:64) pengembangan adalah suatu kegiatan yang menghasilkan rancangan atau produk yang dapat dipakai untuk memecahkan masalah-masalah aktual.

Kartajaya (2010:131-132) secara umum, proses pengembangan produk baru dilakukan berbagai tahapan yang didalamnya dikontrol secara ketat sampai pada keputusan produk baru terjadi diluncurkan atau tidak. Tahapan-tahapan pengembangan produk adalah sebagai berikut: pertama adalah penemuan ide (Discovery: idea generation dan screening). Tahap awal ini biasanya dimulai dari studi pasar terkait dengan tren pasar, identifikasi perilaku konsumen dan explorasi needs and wants konsumen. Berbagai ide dasar yang didapatkan dari tahap idea generation disaring untuk mendapatkan ide yang relevan dengan produk yang akan dikembangkan.

Kedua adalah tahap pengembangan (Development: concept and product testing). Pada tahap ini, tim R&D mulai menyusun berbagai alternatif konsep produk yang akan diluncurkan termasuk fitur dan manfaat yang didapatkan oleh konsumen, dimana alternatif konsep tersebut akan diuji kepada konsumen untuk mengetahui tingkat penerimaan konsumen terhadap berbagai alternatif konsep produk tadi. Ketiga adalah tahap komersialisasi (Commercialization: product launch and evaluation). Setelah perusahaan memutuskan produk yang akan diluncurkan, maka tahap ini adalah tahap yang paling krusial karena ditahap inilah perusahaan akan mulai memperkenalkan dan mengomunikasikan produk tersebut ke pasar.

William W Lee & Diana L Owens (2009) dalam bukunya *Multimedia Based Instructional Design* mengemukakan lima tahapan pengembangan multimedia. Oleh para ilmuwan lain seperti Dastbaz (2003) ini yang kemudian disebut IMSDD (*Interactive Multimedia Sistem of Design and Development*). Berikut ini penjelasan dari lima tahap tersebut :

- a. Fase analisis  
Fase ini menetapkan keperluan pengembangan *software* dengan

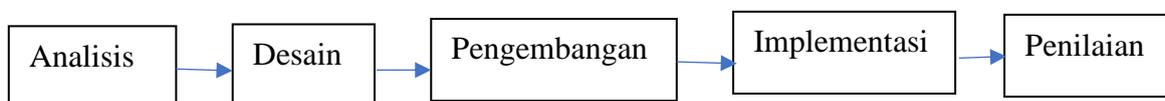
melibatkan tujuan pembelajaran, pelajar, pendidik, dan lingkungan. Analisis ini dilakukan dengan kerjasama di antara pendidik dengan pengembang *software* dalam meneliti kurikulum berazaskan tujuan yang ingin dicapai.

- b. Fase desain.  
Fase ini meliputi unsur-unsur yang perlu dimuat dalam *software* yang akan dikembangkan berdasarkan suatu model pembelajaran ID (*instructional design*)
- c. Fase pengembangan.  
Fase ini berasaskan model desain Instruksional yang telah disediakan dengan tujuan merealisasikan sebuah prototip *software* pembelajaran.
- d. Fase Implementasi.

Fase ini membuat pengujian unit-unit yang telah dikembangkan dalam proses pembelajaran dan juga prototip yang telah siap.

- e. Fase Penilaian  
Fase ini mengetahui secara pasti kelebihan dan kelemahan *software* yang telah dikembangkan sehingga dapat membuat penyesuaian dan penggambaran *software* yang dikembangkan untuk pengembangan *software* yang lebih sempurna.

Adapun tahapan dalam pengembangan multimedia mengikuti model Lee & Owens (2009) tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Tahap Pengembangan Multimedia Model Lee & Owens**

Sedangkan video profile yang dimaksud dalam penelitian ini sebagaimana menurut Indriani dan Nugroho (2014:5) dimaknai sebagai alat untuk memberikan citra positif perusahaan atau organisasi kepada klien yang prospektif. Dalam tayangan audio visual ini informasi tentang organisasi baik lingkup bisnis, etos organisasi, produktivitas, lingkungan organisasi, dan komitmen terhadap pelanggan dapat ditampilkan secara lebih efektif melalui kombinasi shooting dengan narasi, keterangan teks, gambar ilustrasi serta animasi yang dapat menjelaskan suatu proses tertentu.

Menurut Santoso dan Triyono (2014:5-6) video profil dapat diartikan menjadi dua bagian yaitu video dan profil, dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, maka Video merupakan bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi atau rekaman gambar hidup, rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. Kemudian Profil merupakan grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta tentang hal-hal yang khusus. (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dari pengertian atau kutipan diatas maka dapat diketahui bahwa Video Profil merupakan rekaman gambar mengenai grafik yang memberikan gambaran tentang hal khusus yang ditayangkan kembali melalui layar Televisi. Sedangkan menurut Jarwati dan Kristianto (2014:13) video profil merupakan salah satu media yang efektif dalam

mempromosikan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio dan visual tentunya penyampaian promosi semakin efektif.

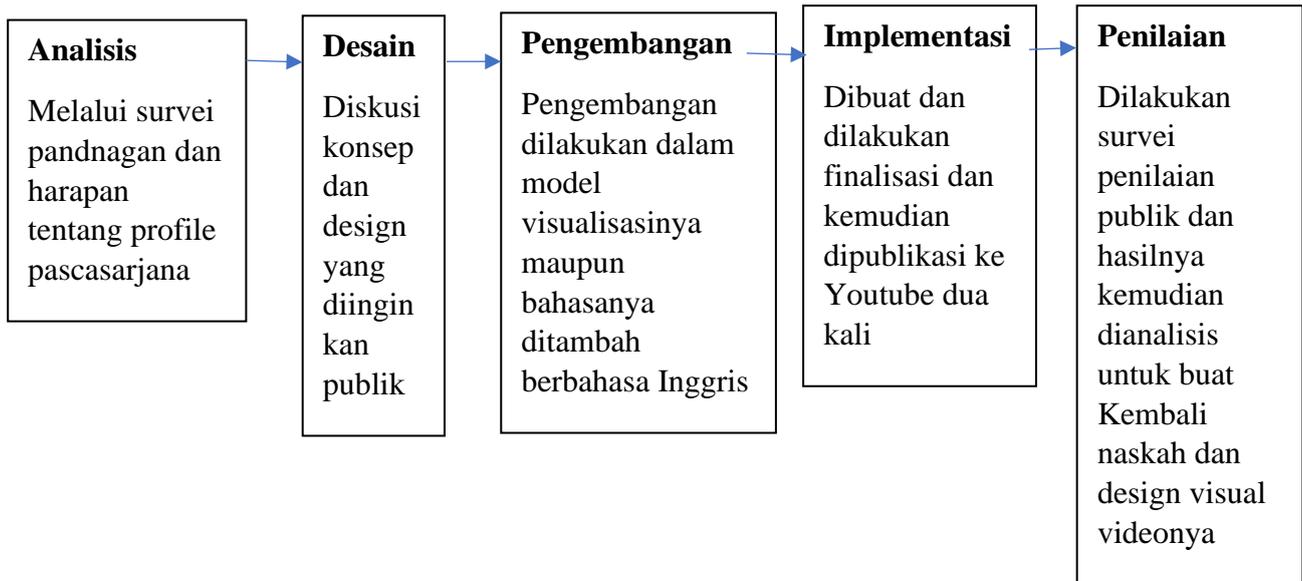
Sementara media informasi menurut Ibrahim (Irfandi, 2015:65) dilihat dari hasil kata jamak, yaitu medium, yang berarti 'perantara', maksudnya sebagai perantara atau alat untuk menyampaikan sesuatu. Menurut Irfandi (2015:65) media adalah perantara penyampaian informasi yang berbentuk audiovisual, visual, audio, dan media elektronik. Menurut Fattah (2007:9) informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Sedangkan menurut Haryadi (2009:26) informasi dapat didefinisikan sebagai hasil pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan kejadian yang nyata yang digunakan untuk mengambil keputusan.

Penelitian dan pengembangan ini dibingkai dengan teori dan konsep pengembangan video profile dan media informasi sebagaimana telah dijelaskan diatas. Dengan bingkai tersebut proses produksi video pascasarjana UNJ dilakukan dan dipublikasikan.

### 3. Metode

Penelitian dan pengembangan ini dilakukan pada tahun 2019 dengan metode riset dan pengembangan sebagaimana yang dikemukakan Seels & Richey dan William W Lee & Diana L Owens. Dalam prosesnya karena mensyaratkan analisis maka dalam penelitian ini menggunakan kombinasi metode instrument laboratorium dengan

Pengembangan Video Profile. Untuk analisis harapan publik dan penilaian publik peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan pengambilan data menggunakan survei kepada pengguna pascasarjana UNJ atau publik penonton video profile, wawancara dan observasi lapangan kepada stake holders pascasarjana UNJ. Berikut ini adalah tahapan-tahapan riset dan pengembangan yang dilakukan :



Setelah dilakukan evaluasi kemudian dilakukan proses konseptualisasi baru dengan

konsep visual dan narasi serta batasan waktunya dibuat seperti dibawah ini :

VISUAL	NARASI	KETERANGAN/WAKTU
Gedung Pascasarjana UNJ diambil dari atas jalan pemuda menggunakan drone	Dalam bentuk tulisan/ teks : <b>Pascasarjana UNJ berdiri sejak 1978</b>	Diiringi suara musik yang berkelas yang mengesankan kampus tua yang modern
Taman Pascasarja (taman bunga dan kolam ikan) dan Saung Pascasarjana yang hijau dan suasana mahasiswa yang menikmati saung dan taman	Dalam bentuk tulisan /teks: <b>Nyaman</b>	Diiringi suara musik yang berkelas yang mengesankan kampus tua yang modern

Gedung dan Loby Pascasarjana dengan suasana pelayanan yang profesional, menyenangkan dan mudah.  Struktur Organisasi Pascasarjana (ambil gambar Direktur, Wadir 1 dan 2)	Dalam bentuk tulisan /teks:  <b>2018</b>  <b>Revitalisasi</b>	Diiringi suara musik yang berkelas yang mengesankan kampus tua yang modern
Ruang Kelas, Ruang Kantor, Ruang Perpustakaan, Laboratorium Cyber Learning	Dalam bentuk tulisan /teks:  <b>Sarana Pembelajaran</b>	Diiringi suara musik yang berkelas yang mengesankan kampus tua yang modern
Suasana Pembelajaran di kelas dan pembelajaran Online	Dalam bentuk tulisan /teks:  <b>Pembelajaran Online</b>	Diiringi suara musik yang berkelas yang mengesankan kampus tua yang modern
Suasana Wisuda	Dalam bentuk tulisan /teks:	

#### 4. Hasil

Pengembangan video profile yang dilakukan melalui tahapan-tahapan diatas pada akhirnya menghasilkan dua hal penting yaitu konsep design baru video profile dengan wajah baru dan diperbaharui dengan adanya versi baru yang berbahasa Inggris agar pascasarjana UNJ lebih dikenal publik nasional maupun manca negara. Sehingga minat sejumlah mahasiswa sarjana di negara-negara lain dengan mudah mengetahui profil pascasarjana UNJ. Berikut ini hasil pengembangan dari riset yang dilakukan.

Pertama, konsep video profile meskipun memuat sejarah pascasarjana UNJ tidak perlu dinarasikan secara utuh cukup poin-poin penting yang ditonjolkan untuk menjelaskan sejarah singkat pascasarjana UNJ melalui visualisasi yang menarik, singkat tetapi memiliki kesan historis yang kuat bahwa pascasarjana UNJ adalah perintis utama pascasarjana pada tahun 1978 di lingkup perguruan tinggi tenaga kependidikan yang dulu bernama IKIP Jakarta. Tentu penggambaran jumlah lulusan yang sudah puluhan ribu juga menjadi penting untuk ditonjolkan dalam visualisasi.

Kedua, penggambaran fasilitas taman yang nyaman meski tidak luas tetapi kesan nyaman dan rindang terlihat dengan menarik melalui visualisasi suasana taman, saung untuk belajar, dan mahasiswa yang memerankan sebagai mahasiswa pascasarjana yang sedang aktif berdiskusi atau belajar bersama.

Ketiga, agenda revitalisasi pascasarjana ditonjolkan dalam visualisasi profile pascasarjana. Ini penting dilakukan karena untuk menjawab problem pascasarjana yang satu tahun sebelumnya menghadapi problem citra negatif akibat kekeliruan tata Kelola pascasarjana yang mesti harus terus diperbaiki. Revitalisasi adalah agenda penting dan episode perubahan penting pascasarjana UNJ yang mesti ditonjolkan.

Keempat, sarana pembelajaran baru juga divisualisasikan secara lebih kuat dalam video profile baru ini yaitu informasi tentang laboratorium cyber learning dan sistem pembelajaran online yang berjejaring secara internasional.

Kelima, narasi dan teks dalam produk baru video profile UNJ ini dibuat dalam Bahasa Inggris yang komunikatif, renyah khas Indonesia agar mudah dipahami dan dipersepsikan khas Indonesia, khususnya lhas pascasarjana Universitas Negeri Jakarta (UNJ)

#### 5. Daftar Pustaka

Al Fattah, Hanif. 2007. Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi

- Budhi Santoso, Ramadian Agus Triyono. 2014. Pembuatan Video Profil Smart Preschool Kepunton Solo, Vol 6, No 3 ,5-11. <http://dx.doi.org/10.3112/speed.v6i3.1044>
- Devi indriani, Ratih dan Sarwo Nugroho. 2014. Perancangan video company profile sebagai media promosi dan informasi di SMA Instisut Indonesia Semarang. Jurnal Desain Grafis. Vol.1, No.1, hal.88-104. ISSN 1979-0414.
- H. Haryadi. 2009 Administrasi Perkantoran untuk Manajer & Staf. Jakarta: Visimedia
- Irfandi, 2015. Pengembangan Model latihan Sepakbola dan Bola Voli (Studi Penelitian Atlet Putra-Putri di Banda Aceh). Yogyakarta : Deepublish.
- Jarwati, S., & Kristanto, G. (2014). Pembuatan Video Profil Akademi Kebidanan Mitra Husada Karanganyar Berbasis Multimedia. Journal Speed, Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi,6(4), 12–20. <https://doi.org/10.3112/speed.v4i4.1099>
- Jefkins, F. (2009) Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, H. 2010, Brand Operation. Jakarta: Erlangga.
- William W. Lee, Diana L. Owens, Multimedia-Based Instructional Design, ISBN-13: 978-1-280-41052-9, ISBN: 1-280-41052-3
- Sumarno, Alim. (2012). Perbedaan Penelitian dan Pengembangan. <http://blog.elearning.unesa.ac.id/alim-sumarno/perbedaan-penelitian-dan-pengembangan>. Diakses pada tanggal 23 September 2019, Pukul 20:45.
- Suryo, 2012. Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata. Yogyakarta: Andi Publishing:  
UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Undang-undang (UU) No. 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi