

## Analisis Pembuatan Video Profil sebagai Media Promosi Pendidikan di SMP Al-Ikhsan

Agus<sup>1</sup>, Muhammad Husni<sup>2</sup>

Universitas Al-Qolam Malang<sup>1</sup>, Universitas Al-Qolam Malang<sup>2</sup>

Email Korespondensi: [agus25@pasca.alqolam.ac.id](mailto:agus25@pasca.alqolam.ac.id)

Article received: 05 Januari 2026, Review process: 28 Januari 2026

Article Accepted: 22 April 2026, Article published: 01 Juni 2026

### ABSTRACT

This study aims to describe the process of creating a profile video as a promotional medium for education at Al-Ikhsan Middle School, Kubu Raya. The profile video was chosen as a promotional medium because it presents school information comprehensively, engagingly, and is easily accessible to the wider public through digital platforms. The research method used was descriptive qualitative, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation throughout the video production process. The stages of creating a profile video include pre-production, production, and post-production. The pre-production stage includes concept planning, data collection, script development, and storyboarding. The production stage involves capturing images and audio that showcase the school's facilities, learning activities, and extracurricular activities. The post-production stage includes editing, adding supporting elements, and finalizing the video. The results show that the profile video at Al-Ikhsan Middle School, Kubu Raya, is an effective promotional medium for introducing the school's identity, vision, and excellence, and has the potential to enhance the school's image and attractiveness amidst competition among educational institutions.

**Keywords** profile video, promotional media, junior high school.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pembuatan video profil sebagai media promosi pendidikan di SMP Al-Ikhsan Kubu Raya. Video profil dipilih sebagai media promosi karena mampu menyajikan informasi sekolah secara komprehensif, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat luas melalui platform digital. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pembuatan video. Tahapan pembuatan video profil meliputi pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra-produksi mencakup perencanaan konsep, pengumpulan data, penyusunan naskah, dan storyboard. Tahap produksi dilakukan melalui pengambilan gambar dan audio yang menampilkan fasilitas, kegiatan pembelajaran, serta aktivitas ekstrakurikuler sekolah. Selanjutnya, tahap pascaproduksi meliputi proses penyuntingan, penambahan elemen pendukung, dan finalisasi video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil SMP Al-Ikhsan Kubu Raya mampu menjadi media promosi yang efektif dalam memperkenalkan identitas, visi, dan keunggulan sekolah, serta berpotensi meningkatkan citra dan daya tarik sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

**Kata kunci** video profil, media promosi, sekolah menengah pertama.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah membawa dampak yang sangat besar terhadap cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi. Hampir seluruh aspek kehidupan mengalami transformasi digital, termasuk sektor pendidikan. Lembaga pendidikan tidak hanya berperan sebagai tempat transfer ilmu pengetahuan, tetapi juga dituntut untuk mampu membangun citra, kepercayaan, dan daya saing di tengah meningkatnya persaingan antar sekolah. Kondisi ini mendorong sekolah untuk mengadopsi strategi komunikasi dan promosi yang lebih modern, efektif, dan relevan dengan perkembangan zaman (Saepudin et al., 2025).

Promosi sekolah memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, khususnya kepada calon peserta didik dan orang tua. Selama ini, banyak sekolah masih mengandalkan media promosi konvensional seperti pamflet, baliho, atau penyampaian informasi secara langsung. Namun, media tersebut dinilai kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan kurang mampu menyajikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi serta keunggulan sekolah. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang mampu menyampaikan informasi secara komprehensif, menarik, dan mudah diakses, salah satunya melalui media audio-visual (Martono et al., 2018).

Video profil merupakan salah satu bentuk media audio-visual yang menggabungkan unsur visual, audio, teks, dan narasi dalam satu kesatuan yang informatif dan persuasif. Video profil mampu menampilkan identitas, visi dan misi, fasilitas, kegiatan pembelajaran, prestasi, serta suasana lingkungan sekolah secara nyata. Keunggulan video profil terletak pada kemampuannya dalam membangun kesan emosional dan kepercayaan audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat. Selain itu, video profil dapat disebarluaskan melalui berbagai platform digital seperti website sekolah, media sosial, dan aplikasi berbagi video, sehingga jangkauan informasinya menjadi lebih luas dan efisien (Nurul Shofiatin Zuhro & Upik Elok Endang Rasmani, 2022).

SMP Al-Ikhsan sebagai lembaga pendidikan tingkat menengah pertama memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kualitas media informasinya agar mampu bersaing dan dikenal lebih luas oleh masyarakat. Sekolah ini memiliki berbagai potensi, baik dari segi fasilitas, tenaga pendidik, kegiatan akademik maupun non-akademik, serta nilai-nilai pendidikan yang diterapkan. Namun, potensi tersebut perlu dikemas dan disampaikan melalui media yang tepat agar dapat dipahami secara utuh oleh masyarakat. Pembuatan video profil menjadi salah satu langkah strategis untuk menampilkan keunggulan SMP Al-Ikhsan secara profesional dan menarik.

Pembuatan video profil tidak hanya sekadar proses pengambilan gambar, tetapi melibatkan serangkaian tahapan yang sistematis, mulai dari perencanaan konsep, penulisan naskah, pengambilan gambar (produksi), hingga proses penyuntingan (pascaproduksi). Setiap tahapan tersebut memiliki peran penting dalam menghasilkan video profil yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan promosi. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersaji secara efektif dan tepat sasaran (Kusuma et al., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada pembuatan video profil sebagai media promosi di SMP Al-Ikhsan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci proses pembuatan video profil, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi SMP Al-Ikhsan dalam meningkatkan strategi promosinya, serta menjadi referensi akademis bagi penelitian sejenis yang berkaitan dengan pemanfaatan media audio-visual sebagai sarana promosi lembaga pendidikan.

## **METODE**

Metode pelaksanaan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis proses pembuatan video profil sebagai media promosi di SMP Al-Ikhsan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian lebih menekankan pada proses, tahapan kerja, serta hasil visual yang dihasilkan, bukan pada pengukuran angka atau statistik. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pembuatan video berlangsung. Metode pelaksanaan pembuatan video profil ini dibagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi, dan tahap pascaproduksi. Tahap Pra-Produksi Tahap pra-produksi merupakan tahap perencanaan awal yang sangat menentukan kualitas hasil akhir video profil. Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan, antara lain: Observasi lokasi, yaitu pengamatan langsung terhadap lingkungan SMP Al-Ikhsan untuk menentukan objek dan sudut pengambilan gambar yang representatif. Pengumpulan data, meliputi informasi mengenai profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan pembelajaran, kegiatan ekstrakurikuler, serta prestasi sekolah. Wawancara, dilakukan dengan pihak sekolah seperti kepala sekolah, guru, dan staf untuk memperoleh data yang akurat dan relevan. Perancangan konsep dan naskah, yaitu menyusun alur cerita (storyline) dan naskah video agar pesan yang disampaikan terstruktur, jelas, dan sesuai dengan tujuan promosi. Penyusunan storyboard, sebagai gambaran visual setiap adegan yang akan direkam, sehingga proses pengambilan gambar dapat berjalan lebih terarah dan efisien (Saputri et al., 2021). Tahap Produksi Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan pengambilan gambar dan suara sesuai dengan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi: Pengambilan gambar (shooting), mencakup pengambilan gambar gedung sekolah, fasilitas pendukung, proses kegiatan belajar mengajar, aktivitas ekstrakurikuler, serta suasana lingkungan sekolah. Pengambilan audio, berupa rekaman suara narasi dan wawancara untuk memperkuat informasi yang disampaikan dalam video. Pengaturan teknis, seperti pencahayaan, komposisi gambar, dan sudut kamera agar menghasilkan kualitas visual yang baik dan profesional. Tahap produksi dilakukan dengan tetap memperhatikan kenyamanan aktivitas sekolah agar proses pembelajaran tidak terganggu. Tahap Pascaproduksi Tahap pascaproduksi merupakan tahap pengolahan hasil rekaman menjadi sebuah video profil yang utuh dan siap digunakan sebagai media promosi. Tahapan ini meliputi: Penyuntingan video (editing), yaitu pemilihan dan penggabungan klip video sesuai dengan alur cerita yang telah ditentukan. Penambahan elemen

pendukung, seperti teks informasi, musik latar (background music), narasi suara, dan transisi untuk meningkatkan daya tarik visual. Penyesuaian warna dan audio, guna menghasilkan tampilan visual yang konsisten serta kualitas suara yang jelas. Finalisasi video, yaitu proses rendering dan evaluasi akhir sebelum video dipublikasikan. Melalui metode pelaksanaan ini, diharapkan pembuatan video profil SMP Al-Ikhsan dapat berjalan secara terstruktur dan menghasilkan media promosi yang informatif, menarik, serta mampu merepresentasikan identitas dan keunggulan sekolah secara optimal..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Proses Pre-Production*

Tahap pra-produksi merupakan tahap awal yang meliputi perencanaan, penggalan ide, serta persiapan konsep produksi. Ide pembuatan video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA muncul dari kesadaran penulis bahwa sekolah ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, dibuatlah gagasan untuk menghasilkan video profil sebagai media informasi dan promosi guna memperkenalkan SMP AL IKHSAN KUBURAYA kepada khalayak yang lebih luas.

Penulis kemudian melakukan diskusi dan koordinasi dengan pihak sekolah SMP AL IKHSAN KUBURAYA untuk menentukan aspek-aspek yang akan ditampilkan dalam video profil. Dari hasil diskusi tersebut, disepakati bahwa kegiatan akademik, program unggulan sekolah, serta kegiatan ekstrakurikuler dan prestasi siswa akan menjadi fokus utama dalam video. Setelah ide dan konsep terkumpul, penulis menyusun naskah video serta panduan wawancara yang digunakan sebagai acuan dalam proses pengambilan gambar dan produksi video profil.

Media promosi dalam bentuk video profil ini bertujuan untuk memberikan informasi sekaligus menampilkan identitas, visi, serta keunggulan yang dimiliki oleh SMP AL IKHSAN KUBURAYA. Sasaran dari video profil ini adalah masyarakat umum, khususnya calon peserta didik dan orang tua siswa, baik di lingkungan sekitar sekolah maupun di luar wilayah tersebut. Dengan demikian, pembuatan video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA diharapkan dapat menjadi sarana promosi dan informasi yang efektif.

Setelah melakukan wawancara dengan pihak sekolah, penulis juga melaksanakan observasi dan survei terhadap sarana prasarana, kegiatan belajar mengajar, serta potensi sumber daya yang ada di SMP AL IKHSAN KUBURAYA. Dari kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa SMP AL IKHSAN KUBURAYA merupakan sekolah yang memiliki potensi baik dalam bidang pendidikan, didukung oleh tenaga pendidik yang kompeten serta berbagai program penunjang pembelajaran. Sekolah ini berlokasi di Kabupaten Kubu Raya dan memiliki peran penting dalam menyediakan layanan pendidikan bagi masyarakat sekitar.

### *Proses Production*

Produksi merupakan tahap pengambilan data yang diperlukan sesuai dengan storyboard dan naskah yang telah disusun. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan meliputi perekaman video dan perekaman suara. Pengambilan video dilakukan

menggunakan kamera DSLR, sedangkan perekaman suara menggunakan microphone clip on. Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber, yaitu kepala sekolah, guru, serta perwakilan siswa SMP AL IKHSAN KUBURAYA.

Proses pengambilan video dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 28 Desember 2025 dan 29 Desember 2025. Pada tanggal 28 Desember 2025, penulis melakukan perekaman kegiatan pembelajaran di kelas, aktivitas ekstrakurikuler, serta fasilitas sekolah. Selanjutnya, pada tanggal 29 Desember 2025 dilakukan perekaman video sambutan kepala sekolah serta pengambilan gambar lingkungan SMP AL IKHSAN KUBURAYA, termasuk area sekolah dan suasana kegiatan siswa. Pada tahap produksi, penulis melaksanakan proses pembuatan video sesuai dengan rancangan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Seluruh kegiatan produksi dilakukan secara terencana agar proses pengambilan gambar dapat berjalan dengan lancar. Tahapan dalam produksi mencakup empat aspek utama, yaitu multimedia, audio, visual, dan penyiaran (broadcasting).

#### 1) Perencanaan Multimedia

Pada tahap ini, unsur video, animasi, teks, visual, dan suara digabungkan untuk menciptakan video yang menarik dengan tujuan memperkenalkan SMP AL IKHSAN KUBURAYA kepada masyarakat luas. Terdapat tiga tahapan dalam perencanaan multimedia, yaitu:

- 1) Teks yang digunakan dalam pembuatan video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA menggunakan font *Uni Sans*.
- 2) Format gambar dalam video menggunakan JPG dan PNG yang kemudian diolah menjadi animasi bergerak dengan penambahan transisi, digabungkan ke dalam timeline video, dan diekspor dalam format MP4.
- 3) Suara dalam video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA menggunakan voice over serta backsound dengan judul *Mariposas (52015)* oleh Hope Mona.

#### 2) Perencanaan Audio

- 1) Beberapa aspek yang diperhatikan dalam perencanaan audio, antara lain: Backsound yang digunakan berjudul *Mariposas (52015)* karya Hope Mona yang diambil dari platform YouTube dan disesuaikan dengan suasana video profil.
- 2) *Voice over* berisi penjelasan mengenai informasi umum, profil, serta ruang lingkup SMP AL IKHSAN KUBURAYA yang disampaikan sesuai dengan naskah yang telah dibuat sebelumnya.
- 3) *Sound effect* digunakan untuk memberikan kesan nyata dan hidup pada video. Dalam perancangan video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA, digunakan beberapa *sound effect* seperti suara aktivitas siswa, suasana lingkungan sekolah, suara kendaraan di sekitar sekolah, serta suara hiruk pikuk kegiatan belajar mengajar.

#### 3) Perencanaan Visual

Perencanaan visual bertujuan untuk menata gambar secara terarah dalam sebuah video agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih kuat dan jelas. Tahap ini dilakukan dengan menggabungkan gambar-gambar yang telah dipilih, seperti kegiatan pembelajaran, fasilitas sekolah, dan aktivitas siswa, serta menambahkan elemen visual pendukung seperti animasi teks dan ilustrasi lokasi sekolah agar tampilan video lebih menarik dan informatif.

#### 4) Perencanaan Broadcasting

- 1) Perencanaan broadcasting merupakan tahap akhir dari proses produksi video profil.

Tujuan penyiaran video profil SMP AL IKHSAN KUBURAYA adalah untuk mempromosikan serta menginformasikan profil, visi, dan keunggulan sekolah kepada masyarakat luas.

- 2) Video profil tersebut akan dipublikasikan melalui media sosial dan platform digital milik SMP AL IKHSAN KUBURAYA, seperti YouTube sekolah, dan menjadi dokumentasi resmi sekolah.
- 3) Hasil video profil ini juga akan digunakan sebagai media perkenalan sekolah dalam berbagai kegiatan resmi, seperti penerimaan peserta didik baru, kegiatan akademik, dan acara yang berkaitan dengan SMP AL IKHSAN KUBURAYA.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pembuatan video profil SMP Al-Ikhsan Kubu Raya sebagai media promosi merupakan langkah strategis yang relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital. Video profil mampu menjadi media audio-visual yang efektif dalam menyampaikan informasi secara komprehensif mengenai identitas sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan pembelajaran, prestasi, serta suasana lingkungan sekolah. Dengan menggabungkan unsur visual, audio, teks, dan narasi, video profil dapat memberikan gambaran yang lebih nyata dan menarik dibandingkan media promosi konvensional. Proses pembuatan video profil SMP Al-Ikhsan Kubu Raya dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Pada tahap pra-produksi, perencanaan konsep, pengumpulan data, penyusunan naskah, dan storyboard menjadi dasar penting dalam menentukan arah dan kualitas video. Tahap produksi berfokus pada pengambilan gambar dan suara yang merepresentasikan aktivitas dan keunggulan sekolah secara objektif dan profesional. Selanjutnya, tahap pascaproduksi berperan dalam menyempurnakan hasil rekaman melalui proses penyuntingan, penambahan elemen pendukung, serta finalisasi video agar siap dipublikasikan sebagai media promosi. Seluruh tahapan tersebut menunjukkan bahwa perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang terstruktur sangat berpengaruh terhadap kualitas akhir video profil. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mendeskripsikan proses pembuatan video profil sebagai media promosi di SMP Al-Ikhsan Kubu Raya telah tercapai. Video profil yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas strategi promosi sekolah, memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat, serta membangun citra positif SMP Al-Ikhsan Kubu Raya di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Sebagai saran, SMP Al-Ikhsan Kubu Raya diharapkan dapat memanfaatkan video profil ini secara optimal dengan menyebarkannya melalui berbagai platform digital, seperti media sosial dan situs resmi sekolah. Selain itu, pembaruan konten video secara berkala perlu dilakukan agar informasi yang disampaikan tetap aktual dan sesuai dengan perkembangan sekolah. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan media promosi berbasis audio-visual yang

lebih inovatif, baik dengan penambahan teknologi animasi, interaktivitas, maupun pemanfaatan platform digital lainnya guna meningkatkan daya tarik dan efektivitas promosi lembaga pendidikan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Kusuma, S. S., Hamdani, D., Nugraha, D., Nurhayati, Y., & Ramdhan, R. F. (2020). PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROFILE UNTUK PROMOSI WISATA DESA CISANTANA KABUPATEN KUNINGAN. *Empowerment*, 3(02), 81–88. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v3i02.3035>
- Martono, M., Triyono, T., & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Technomedia Journal*, 3(1), 110–120. <https://doi.org/10.33050/tmj.v3i1.407>
- Nurul Shofiati Zuhro, & Upik Elok Endang Rasmani. (2022). PEMBUATAN VIDEO PROFIL SD NEGERI 02 JATI KECAMATAN MASARAN KABUPATEN SRAGEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI SEKOLAH. *Nusantara Hasana Journal (NHJ)*, 2(6), 01–05.
- Saepudin, E., Sugito, T., & Kokom Komariah. (2025). Video Profil Desa Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Pedesaan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 529–536. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i1.1842>
- Saputri, R. D., Muhfiatun, & Syarifah, L. (2021). VIDEO PROFIL SEBAGAI SARANA PROMOSI MEMAJUKAN WISATA ALAM KALIBIRU DAN PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 89–98. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2385>