

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**Rahmayani Harahap¹, Mutamassikin²**yanir1729@gmail.com¹, mutamassikin@uinjambi.ac.id²**Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi****ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong institusi untuk memanfaatkan media digital, termasuk dalam penyajian informasi melalui media visual seperti video profil. Video profil merupakan media promosi yang efektif karena mampu menggabungkan tampilan nyata dan elemen grafis untuk menyampaikan informasi secara menarik. Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi memerlukan media promosi yang representatif untuk memperkenalkan identitas, program studi, dan fasilitas yang dimiliki kepada masyarakat, khususnya calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video profil berbasis motion graphic dan live-shoot sebagai media promosi resmi fakultas. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang terdiri dari enam tahapan: Konsep, Perancangan, Pengumpulan Bahan Materi, Pembuatan, Pengujian, dan Distribusi. Proses produksi video dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects, dengan memadukan dokumentasi nyata kampus dan animasi grafis yang mendukung narasi. Pengujian dilakukan dalam dua tahap, yaitu alpha testing oleh dua ahli media yang menilai kualitas teknis dan isi video. Hasil pengujian menunjukkan bahwa video profil yang dikembangkan memperoleh persentase kelayakan sebesar 89,32 %, termasuk dalam kategori sangat layak. Dengan demikian, video profil yang dihasilkan dinilai efektif, komunikatif, dan representatif sebagai company profil untuk meningkatkan citra Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Kata Kunci: Video Profil, Media Promosi, MDLC.**ABSTRACT**

The development of information technology has encouraged institutions to utilize digital media, including the presentation of information through visual media such as profile videos. A profile video is an effective promotional medium as it combines real-life visuals with graphic elements to convey information in an engaging way. The Faculty of Science and Technology at the State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi requires a representative promotional medium to introduce its identity, academic programs, and available facilities to the public, particularly prospective students. This study aims to design an official faculty profile video using a combination of motion graphics and live shoot techniques. The method employed is the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), which consists of six stages: concept, design, material collection, production, testing, and distribution. The video production process utilized Adobe Premiere Pro and Adobe After Effects, integrating real campus footage with supporting graphic animations. The testing phase was conducted in two stages: alpha testing by two media experts who evaluated the technical quality and content of the video. The results showed that the developed profile video achieved a feasibility score of 89.32%, falling into the category of highly feasible. Therefore, the resulting profile video is considered effective, communicative, and representative as a company profile to enhance the image of the Faculty of Science and Technology at UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Keywords: *Profile Video, Promotional Media, MDLC.***PENDAHULUAN**

Perkembangan globalisasi yang pesat saat ini tidak hanya terjadi pada bidang teknologi informasi, tetapi juga dalam keunggulan dan kemajuan di bidang multimedia, audiovisual, dan penyiaran. Bidang-bidang ini memegang peranan yang sangat penting bagi institusi pendidikan dalam memperkenalkan dan memperkuat citra mereka, karena

multimedia, audiovisual, dan penyiaran merupakan sarana pengolahan informasi yang kreatif dan inovatif, sehingga informasi tersampaikan secara jelas, segar, dan mudah dipahami (M. Baqi, 2023).

Brand awareness adalah kemampuan masyarakat untuk mengenali dan mengingat suatu merek dalam kategori produk tertentu. Dalam konteks lembaga pendidikan, seperti universitas, brand awareness memiliki peranan yang sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih universitas. Salah satu strategi promosi yang paling efektif untuk meningkatkan brand awareness adalah pemilihan media yang tepat. Dalam hal ini, penggunaan video promosi sebagai media digital sangat dianjurkan karena memiliki daya jangkau yang luas serta efektivitas dalam menyampaikan pesan yang kuat dan jelas kepada audiens target. Video promosi tidak hanya dapat meningkatkan citra positif suatu institusi, tetapi juga membantu merek institusi tersebut untuk lebih dikenal dan diingat oleh publik (Ramadayanti, 2019).

Fakultas Sains dan Teknologi (FST) UIN STS Jambi adalah fakultas yang baru diresmikan pada Desember 2019. Pada tahun 2020/2021, FST secara resmi memulai layanan akademik dengan menawarkan program studi Kimia, Fisika, Sistem Informasi, Biologi, Arsitektur, Sains Informasi Geografi dan Statistika. Program studi ini dilengkapi dengan fasilitas lengkap, termasuk laboratorium modern, gedung perkuliahan yang nyaman, serta perpustakaan dengan koleksi literatur yang kaya dan relevan. Prof. Dr. H. Kasful Anwar. Us. M.Pd merupakan Rektor UIN STS Jambi saat ini resmi dilantik pada periode 2024-2028. Sementara itu, unsur kepemimpinan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi terdiri atas Arfan, S.Th.I.,M.Soc.Sc., Ph.D. sebagai Dekan, Dr. Try Susanti, S.Si., M.Si sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik, Kelembagaan, dan Kemahasiswaan, serta Dr. Minnah El Widdah, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Keuangan dan Kepegawaian. (Ahmad Daniyal, 2023).

Visi FST adalah menjadi fakultas yang unggul sebagai lokomotif perubahan sosial dalam bidang sains dan teknologi, dengan semangat moderasi Islamic Teknopreneurship. Visi ini mencerminkan tekad FST untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, tetapi juga mampu berinovasi serta berkontribusi dalam dunia kewirausahaan berbasis teknologi. Untuk mencapai visi tersebut, FST menghadapi beberapa tantangan, salah satunya adalah kurangnya brand awareness yang kuat di kalangan calon mahasiswa. Banyak calon mahasiswa yang belum mengenal secara mendalam keunggulan FST. Oleh karena itu, penting bagi FST untuk meningkatkan visibilitasnya secara lebih efektif, terutama melalui media sosial dan platform digital lainnya. Video promosi yang menarik dan informatif bisa menjadi solusi untuk menyebarkan informasi ini kepada audiens yang lebih luas, sekaligus mengenalkan nilai-nilai yang diusung oleh fakultas (Ahmad Daniyal, 2023).

Berdasarkan hasil observasi penelitian terdahulu mengenai Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa video yang dihasilkan terlalu panjang, yaitu 17 menit. Hal ini dapat menjadi kendala dalam mempengaruhi efektivitas video, karena sebagian orang tidak memiliki waktu atau kesabaran untuk menonton video yang terlalu panjang, yang dapat menyebabkan penonton kehilangan minat dalam menyelesaikan video. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk merancang video promosi dengan durasi 5 menit agar dapat menyajikan konten secara lebih dinamis dan menarik serta menyampaikan informasi dengan cara yang lebih padat dan jelas, sehingga penonton merasa tertarik dan terlibat untuk menonton sampai akhir. Pada umumnya, animasi awalnya bukanlah video, melainkan kumpulan gambar yang berurutan sehingga akhirnya

membentuk sebuah video. Dalam konteks media animasi terdapat 2 jenis durasi, yaitu Long Form Animasi (LFA) yang berdurasi Panjang seperti diatas 5 menit sedangkan Short Form Animasi (SFA) yang berdurasi pendek mulai dari 1 menit (Setiyo Prihatmoko, 2024).

Dalam proses perancangan atau pembuatan video. Perancangan video ini menggunakan teknik motion graphics dan live shoot. Teknik motion graphics memadukan ilustrasi, tipografi, fotografi, dan animasi, sementara live shoot menggunakan pengambilan gambar langsung menggunakan kamera yang kemudian melalui proses pengeditan dan rendering. Kombinasi kedua teknik ini akan membuat informasi lebih mudah dipahami dan menghasilkan video yang menarik secara visual. Elemen-elemen yang diperlukan untuk menciptakan video promosi fakultas meliputi video, gambar, teks, dan suara. Selain itu, proses perancangan video ini menggunakan aplikasi Adobe After Effects dan Adobe Premiere dan juga mencakup beberapa tahap, mulai dari pengarahan konsep, pembuatan ide, penentuan target audiens, pemilihan aplikasi perangkat, hingga proses revisi dan finalisasi. Setelah video selesai dibuat, video tersebut akan dibagikan ke platform media sosial fakultas seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Platform-platform ini memiliki jangkauan yang luas dan populer, serta memiliki fitur-fitur menarik yang mudah diakses oleh khalayak luas, sehingga video lebih mudah ditemukan dan menarik perhatian penonton dengan lebih efektif. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Metode ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu Concept, Design, Material Collection, Assembly, Testing, dan Distribution. Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini, diharapkan video promosi yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan untuk meningkatkan brand awareness serta memperkenalkan Fakultas Sains dan Teknologi UIN STS Jambi secara lebih luas dan menarik bagi berbagai kalangan (Didik Siswanto, 2023).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penulis akan merancang video promosi Fakultas Sains dan Teknologi UIN STS yang menyajikan informasi mengenai kegiatan dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki fakultas. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang mampu menyampaikan informasi secara menarik, informatif, dan visual. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan Fakultas Sains dan Teknologi UIN STS Jambi dapat lebih dikenal secara luas serta mampu meningkatkan brand awareness di kalangan masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau manusia secara mendalam, dengan menghasilkan gambaran yang utuh dan kompleks dalam bentuk narasi atau kata-kata. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara rinci pandangan yang diperoleh dari para informan, serta dilaksanakan dalam latar atau setting yang alamiah (Rizal Fadli, 2021). Prosedur penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yang diperoleh dari berbagai sumber data yang dikumpulkan dengan berbagai sarana, seperti observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian dengan metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang terjadi di lapangan yaitu Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi. Dengan tujuan untuk mengembangkan media promosi melalui perancangan video fakultas sains dan teknologi UIN Jambi yang akan menggambarkan identitas dan keunggulan fakultas tersebut.

HASI DAN PEMBAHASAN

Testing (Pengujian)

Pada tahap pengujian ini dilakukan dua jenis pengujian, yaitu Alpha Testing dan Beta Testing, yang bertujuan untuk memastikan bahwa video promosi yang dirancang telah memenuhi standar kualitas informasi dan layak digunakan sebagai media promosi Fakultas Sains dan Teknologi UIN STS Jambi.

1. Alpha Testing

Pengujian Alpha merupakan tahap awal evaluasi terhadap media video yang telah dikembangkan. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menilai kualitas awal produk sebelum disebarluaskan kepada target audiens secara luas. Pada tahap ini, dilakukan proses validasi oleh ahli media, yaitu Bapak Saldi Yulistian, M.Ars, dan Bapak Bastomi Baharsyah, M.Kom, keduanya merupakan praktisi dan akademisi di bidang multimedia. Bapak Saldi Yulistian, M.Ars, dipilih karena memiliki pengalaman luas dalam desain visual dan multimedia. Keahliannya dalam konsep desain, estetika visual, serta penerapan prinsip visualisasi membuat beliau mampu menilai kualitas tampilan video, komposisi visual, dan penyampaian informasi secara menarik dan profesional. Sedangkan Bapak Bastomi Baharsyah, M.Kom, dipilih karena memiliki latar belakang akademik dan praktik dalam produksi media digital, animasi, dan pengembangan konten interaktif. Pengalamannya dalam berbagai proyek media digital menjadikan beliau kompeten untuk memberikan masukan teknis terkait kualitas produksi, penyajian konten, dan efektivitas media video.

Instrumen validasi mencakup 12 elemen yang dinilai menggunakan skala Rating Scale 1–5. Data dan masukan yang diperoleh dari proses validasi ini menjadi dasar penting dalam penyempurnaan dan pengembangan lebih lanjut terhadap video yang dibuat. Berikut adalah hasil penilaian dari kedua ahli media terhadap video yang telah dikembangkan:

Tabel 1 Instrumen penilaian ahli media 1

| No | Aspek | Indikator Penilaian | Skor | | | | |
|----|---------------------------|---|------|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Desain Visual | Kesesuaian Warna dan Background | | | | ✓ | |
| | | Tata letak teks dan elemen visual tertata rapi | | | | ✓ | |
| | | Font dan ukuran teks terbaca dengan jelas | | | | ✓ | |
| 2. | Animasi dan Efek Visual | Efek animasi digunakan secara konsisten dan mendukung isi | | | ✓ | | |
| | | Transisi antar adegan halus dan tidak mengganggu | | | | ✓ | |
| | | Durasi video sesuai | | | | ✓ | |
| 3. | Audio dan Narasi | Kejelasan suara | | | | ✓ | |
| | | Kejelasan Musik | | | | ✓ | |
| 4. | Kesesuaian Isi dan Visual | Visual mendukung narasi secara tepat dan sesuai urutan | | | ✓ | | |
| | | Visualisasi memperkuat penyampaian pesan video | | | ✓ | | |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------|--|--|-----------|---|----|---|--|--|
| 5. | Aspek Teknis | Video memiliki resolusi tinggi dan tidak pecah | | | | | ✓ | | |
| | | Tidak ditemukan gangguan teknis | | | | | ✓ | | |
| JUMLAH NILAI | | | | | 9 | 36 | | | |
| JUMLAH TOTAL NILAI | | | | 45 | | | | | |

Keterangan:

Skor Kategori Penilaian

- 12 – 20 Sangat Tidak Sesuai
- 21 – 30 Tidak Sesuai
- 31 – 40 Cukup Sesuai
- 41 – 50 Sesuai
- 51 – 60 Sangat Sesuai

Berdasarkan hasil validasi oleh ahli media satu melalui kuisioner yang berjumlah 12 indikator, diperoleh skor total sebesar 45 dari skor maksimal 60. Skor ini berada dalam rentang 41–50 termasuk dalam kategori Sesuai. Dengan demikian, video profil ini dapat dinyatakan layak digunakan sebagai media promosi.

Tabel 2 Instrumen penilaian ahli media 2

| No | Aspek | Indikator Penilaian | Skor | | | | |
|----|---------------------------|---|------|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Desain Visual | Kesesuaian Warna dan Background | | ✓ | | | |
| | | Tata letak teks dan elemen visual tertata rapi | | ✓ | | | |
| | | Font dan ukuran teks terbaca dengan jelas | | ✓ | | | |
| 2. | Animasi dan Efek Visual | Efek animasi digunakan secara konsisten dan mendukung isi | | | | ✓ | |
| | | Transisi antar adegan halus dan tidak mengganggu | | | | ✓ | |
| | | Durasi video sesuai | | | | | ✓ |
| 3. | Audio dan Narasi | Kejelasan suara | | | | ✓ | |
| | | Kejelasan Musik | | | | ✓ | |
| 4. | Kesesuaian Isi dan Visual | Visual mendukung narasi secara tepat dan sesuai urutan | | | | ✓ | |
| | | Visualisasi memperkuat penyampaian pesan video | | | | ✓ | |
| 5. | Aspek Teknis | Video memiliki resolusi tinggi dan tidak pecah | | | | | ✓ |
| | | Tidak ditemukan gangguan teknis | | | | | ✓ |

| | | | |
|--------------------|----|----|----|
| JUMLAH NILAI | 21 | 20 | 15 |
| JUMLAH TOTAL NILAI | 51 | | |

Keterangan:

Skor Kategori Penilaian

- 12 – 20 Sangat Tidak Sesuai
- 21 – 30 Tidak Sesuai
- 31 – 40 Cukup Sesuai
- 41 – 50 Sesuai
- 51 – 60 Sangat Sesuai

Berdasarkan hasil validasi oleh ahli media dua melalui kuisioner yang berjumlah 12 indikator, diperoleh skor total sebesar 51 dari skor maksimal 60. Skor ini berada dalam rentang 51–60, yang termasuk dalam kategori Sangat Sesuai. Dengan demikian, video profil ini dapat dinyatakan layak digunakan sebagai media promosi.

Beta Testing

Setelah melalui tahap validasi internal, dilakukan Beta Testing untuk mengukur tanggapan target audiens terhadap hasil akhir video. Tujuan utama pengujian ini adalah menilai daya tarik, kelengkapan informasi, serta efektivitas penyampaian pesan dalam video. Beta Testing dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring melalui Google Form kepada 40 responden. Setiap responden diminta memberikan jawaban atas 8 pernyataan terkait isi dan kualitas video. Berdasarkan tabel 4.7 awaban disusun dalam empat pilihan, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Sangat Kurang Setuju (SKS).

Table. 3 Hasil pengisian kuisioner responden

| No | Pernyataan | Jawaban | | | |
|--------------|--|------------|------------|----------|----------|
| | | SS | S | KS | SKS |
| 1 | Video ini membuat saya mengetahui keberadaan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi | 33 | 7 | - | - |
| 2 | Video ini membantu saya mengenal identitas dan profil Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi | 34 | 6 | - | - |
| 3 | Video ini menyajikan informasi yang jelas tentang program studi dan fasilitas fakultas. | 37 | 3 | - | - |
| 4 | Tampilan video ini memberikan kesan positif terhadap Fakultas. | 35 | 5 | - | - |
| 5 | Penyajian visual, narasi, dan musik dalam video memberikan kesan positif | 34 | 6 | - | - |
| 6 | Tampilan dan penyajian video yang ringkas membuat informasi mudah diingat | 36 | 4 | - | - |
| 7 | Video promosi ini meningkatkan kepercayaan saya terhadap kualitas Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi | 35 | 5 | - | - |
| 8 | Setelah menonton, saya mempertimbangkan untuk kuliah di fakultas ini | 33 | 7 | - | - |
| TOTAL | | 277 | 123 | - | - |

| | |
|-------------------------|-------------|
| JUMAH SKOR TOTAL | 1237 |
|-------------------------|-------------|

Perhitungan Persentase Skor:

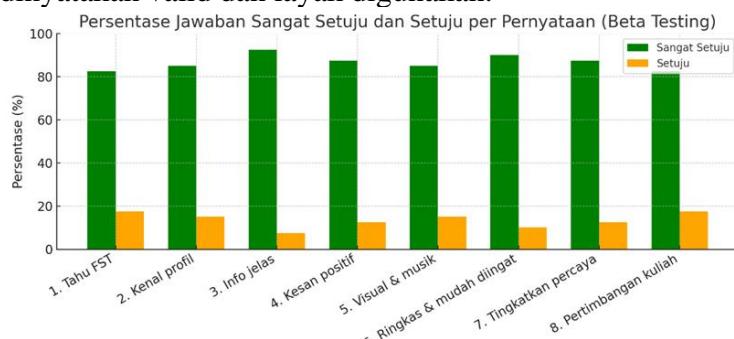
$$P = \frac{1237}{(8)(40)(4)} \times 100\%$$

$$P = \frac{1237}{1280} \times 100\%$$

$$P = 96,64\%$$

Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis menunjukkan bahwa hasil persentase 96,64% dari instrumen penelitian termasuk dalam kategori sangat baik, dimana sesuai dengan kriteria Rating Scale 1-4 yang dibagi rata. Berikut ini distribusi frekuensi penilaian 40 responden yang terdiri dari 8 indikator yang digambarkan dalam diagram batang:

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa video company profil dinyatakan valid dan layak digunakan.



Gambar 1 Diagram batang presentase jawaban

Saran Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil Alpha Testing dan Beta Testing, video profil Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai media promosi. Namun, terdapat beberapa masukan dari ahli media dan responden yang menyarankan beberapa perbaikan agar video lebih optimal. Revisi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- Segmen awal video hanya menampilkan logo UIN STS Jambi tanpa mencantumkan nama fakultas. Untuk memperjelas identitas fakultas, ditambahkan teks “Fakultas Sains dan Teknologi” pada segmen opening logo. Berikut tampilan hasil revisi:



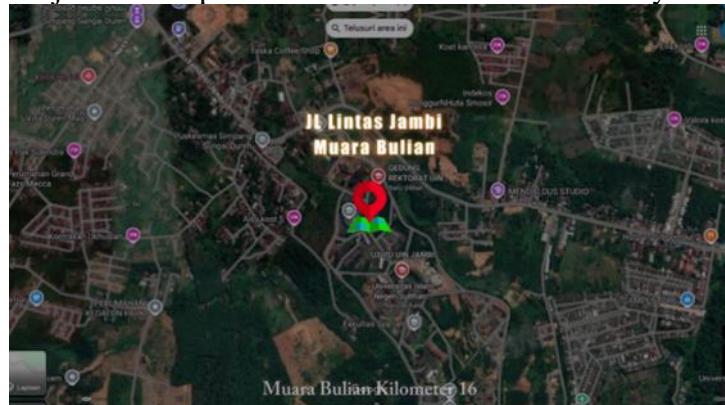
Gambar 2 Penambahan nama fakultas pada opening logo

- Elemen teks statis pada video terlihat kurang menarik dan kaku. Berdasarkan masukan tersebut, telah dilakukan revisi dengan mengubah teks statis menjadi teks animasi agar video terlihat lebih dinamis dan modern. Berikut adalah bagian video yang telah direvisi:



Gambar 3 Perubahan teks statis menjadi teks animasi

- c. Tampilan background alamat sebelumnya kurang informatif. Oleh karena itu, latar belakang tersebut telah diganti dengan peta lokasi kampus untuk memberikan informasi visual yang lebih jelas dan representatif. Berikut ini hasil revisinya:



Gambar 4 Perubahan latar alamat menjadi peta lokasi kampus

- d. Video belum menampilkan sosok pimpinan fakultas. Sebagai bentuk penguatan identitas kelembagaan, ditambahkan foto pimpinan fakultas pada segmen profil lembaga. Berikut dokumentasi perubahan:



Gambar 5 Penambahan foto pimpinan fakultas

Distribusi

Pada tahap distribusi, video profil Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi yang telah melalui proses pengujian (testing) kemudian disiapkan dalam format final untuk dipublikasikan. Hasil akhir berupa video berdurasi 5 menit 44 detik dengan format MP4 dan resolusi HD (1920x1080 piksel). Selanjutnya Video Profile ini akan disebarluaskan ke media sosial YouTube Fakultas.

Tampilan video Company Profile pada youtube dapat di lihat pada gambar 6 di bawah ini:



Gambar 6 Upload YouTube Fakultas

Tampilan video Company Profile pada Instagram dapat dilihat pada gambar 7 di bawah ini:



Gambar 7 Upload Instagram Fakultas

Tampilan video Company Profile pada facebook dapat di lihat pada gambar 8 di bawah ini:



Gambar 8 Tampilan pada TV LED

Tampilan video Company Profile pada facebook dapat di lihat pada gambar 9 di bawah ini:



Gambar 9 Upload Facebook Fakultas

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan video promosi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi melalui metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) berhasil menghasilkan media promosi yang efektif. Video profil dengan durasi lima menit yang memadukan teknik motion graphic dan live shoot mampu menampilkan identitas fakultas, program studi, fasilitas, serta kegiatan akademik dan kemahasiswaan secara menarik dan komunikatif. Pandangan enam Ketua Program Studi menegaskan bahwa video profil penting sebagai sarana branding fakultas. Mereka menekankan perlunya menampilkan keunggulan khas masing-masing prodi, seperti karya mahasiswa, aktivitas laboratorium, dan suasana akademik. Hal ini sesuai dengan konsep company profile yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga harus mencerminkan identitas dan keunggulan institusi (Dewo & Dewi, 2019). Uji kelayakan media (alpha testing) memperoleh nilai 96,64% yang termasuk kategori “sangat layak”, sedangkan beta testing terhadap 40 responden menunjukkan respon positif terkait alur, visual, narasi, dan durasi video. Masukan responden, seperti penambahan nama fakultas pada opening logo dan animasi pada teks, telah diakomodasi dalam revisi.

Dengan demikian, penerapan metode MDLC terbukti efektif dalam menghasilkan media promosi yang sistematis, komunikatif, dan sesuai kebutuhan audiens. Video profil tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga strategi untuk meningkatkan brand awareness Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penggunaan kombinasi motion graphic dan live shoot memperkuat citra positif fakultas di masyarakat serta mendukung tujuan penelitian. Dengan hasil ini, penelitian telah menjawab rumusan masalah dan menjadi dasar bagi penyusunan kesimpulan serta saran pada Bab V.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai bagaimana merancang video profil Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sulthah Thaha Saifuddin secara efektif, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan serta memberikan informasi mengenai Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jambi kepada masyarakat khususnya calon mahasiswa mengenai program studi yang tersedia, visi dan misi fakultas, fasilitas yang ditawarkan hingga prospek karir kedepannya.
2. Dalam proses pembuatan video profil, penulis memanfaatkan teknologi voice over

berbasis kecerdasan buatan (AI) sebagai media narasi. Penggunaan AI terbukti membantu mempercepat proses produksi dan menghasilkan kualitas suara yang jernih. Pemilihan dan penerapan voice over AI ini dilakukan sejak tahap pengumpulan bahan (material collection), yaitu mencakup seluruh elemen produksi termasuk naskah narasi dan materi audio. Namun, tantangan yang dihadapi terletak pada ekspresi suara. Karakter suara AI terdengar terlalu baku dan kurang ekspresif, sehingga tidak sepenuhnya mampu menyampaikan nuansa emosional. Meskipun demikian, narasi tetap dapat menyampaikan informasi secara jelas, meski dengan keterbatasan dalam kedalaman emosi dan intonasi.

3. Hasil uji coba perhitungan kusisioner dari data sejumlah 40 responden yang terdiri dari mahasiswa, calon mahasiswa dan masyarakat umum diperoleh dari perhitungan adalah 96,64%, terdapat responden “sangat positif” pada hasil video promosi Fakultas Sains dan Teknologi Unieristas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Alur cerita yang mudah dipahami oleh penonton, membuat penonton dapat memahami makna disampaikan dalam video profil.

Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyadari bahwa pada pembuatan video promosi fakultas maupun laporan yang telah dibuat masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis memberikan beberapa saran agar mencapai hasil yang lebih baik lagi sesuai dengan yang telah ditargetkan, diantaranya sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat memberikan banyak inovasi jenis promosi yang lebih bagus untuk meningkatkan potensi hasil yang maksimal.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi teknologi AI voice over yang lebih ekspresif, penggunaan kamera berkualitas tinggi, dan animasi berbayar atau desain mandiri untuk meningkatkan kualitas video promosi.
3. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat memperkaya referensi dan teknik pembuatan, khususnya dalam aspek motion graphic, pengambilan gambar live shoot, serta penyusunan konsep visual yang lebih kreatif dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aalisa Rosalina, Azro, I., & Tompunu, A. N. (2021). Pembuatan Animasi Motion Graphic dalam Pembelajaran Akuntansi Bagan Akun Standar untuk Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya. *Jurnal JUPITER*, 13(2), 22–32.
- Ahmad Danial, Ahmad Khotib Zubiyant, S. (2023). Video Profil Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Nasional Indonesia*, VIII(I), 1–8.
- Baqi, M. P. A., Sedayu, R., & Haryanto, A. R. (2023). Media Video Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada Universitas Raharja. *Journal MAVIB*, 4(1), 36–46. <https://doi.org/10.33050/mavib.v4i1.2478>
- Dea Nur'afiah Ramdani, S. N. (2024). Pembuatan Video Promosi Fakultas Teknik Universitas Suryakancana. *Ikraith-Informatika*, 8(1), 79–90.
- Dwi Cahyani Wulandari, B. S. N. (2019). Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik Liveshoot dan Motion Graphic. *INFOS Journal*, 1(4), 14–19.
- Eryc, F. L. (2022). Perancangan Video Company Profile di Sanjaya Motor Batam. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 13(2a), 121–132. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.394>
- Fauzi, R., Nasution, H. N., Hastini, F., Zainy, A., & Lumban Tobing, Y. R. (2022). Peggunaan Media Adobe Flash Terhadap Hasil Belajar Siswa Smkn 1 Tantom Angkola. *Jurnal Education and Development*, 11(1), 437–442. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.2687>
- Gregorius Guardiola Istiawan, R. I. A. (2023). Video Promosi Animasi Kreatif Dengan Teknik

- Storytelling Untuk Meningkatkan Brand AWARENESS. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 201–209.
- Kusumo, F., & Sulartopo, S. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(1), 33–41. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/view/61>
- M. Audrilia, A. B. (2020). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Bengkel Berbasis Web (Studi Kasus : Bengkel Anugrah). *Jurnal Madani : Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i1.78>
- Mardiyah Dwi Nastiti, Mustaziri, A. N. T. (2021). Animasi 2D (Motion Graphic) Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Etika Profesi. *Jurnal EL Sains*, 3(1), 37–42.
- Muhammad Rijal Fadli. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Nita Rimayanti, Ana Yulianti, Belli Nasution, Eawana. E. L. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *IT Journal Research and Development*, 3(2), 84–95.
- Nugroho, Heri Septian Adi 2019. Perancangan Video Promosi Wisata Alam Kota Kupang sebagai media promosi pariwisata. <http://repository.um.ac.id/92236>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 78–83. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Rini Septianingsih, Bhanu Sri, N. (2019). Pembuatan Video Company Profile Hotel Brothers Inn Babarsari Sebagai Media Promosi Dan Informasi Vol.. *Journal INFOS*, 1(2), 23–28.
- Setiyo Prihatmko, M. Syarif Husein, Sumayono. (2024). Perancangan Animasi Iklan Digital Berbasis Motion Grafis. *Jurnal Ilmiah Komputer Gratis*, 17(1), 42–61.
- Setiyo Prihatmoko, M Syarif Husein, S. (2024). Perancangan Animasi Iklan Digital Berbasis Motion Grafis Sebagai Penunjang Promosi Pada Permata Jaya Printing. *Jurnal Ilmiah Komputer Gratis*, 17(1), 42–61.
- Siswanto, D., Zamzami, Z., Nijal, L., & Syam, F. A. (2023). Video Animasi 3D Sebagai Media Promosi Wisata di Kabupaten Siak Sri Indrapura dengan Metode MDLC. *Jurnal Pustaka AI (Pusat Akses Kajian Teknologi Artificial Intelligence)*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaai.v3i1.462>
- Suciawan, C. C. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 7(4), 408–417. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2009>
- Walidaroyani, A., Kartiko, E. Y. K., Niko Achmad, A. C. S., & Pradana, D. C. (2024). Perancangan Animated Explainer Video Pengenalan Kampus Sebagai Media Informasi untuk Calon Mahasiswa. *Jurnal Digital Transformation Technology*, 4(1), 382–390. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.3973>.
- Wulandari, Khairil, S. (2021). Media Promotion of the Faculty of Computer Science , Bengkulu University, based on Multimedia Media Promosi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dehasen Bengkulu Berbasis Multimedia. *Jurnal Komitek*, 1(1), 62–69.
- Yustika Dewi , Didit Prasetyo Nugroho, S. A. R. (2022). Perancangan Media Promosi Berbasis Videografi Untuk Lugo Coffee Di Tulungagung. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.33479/sb.v3i1.201>