

“PERANCANGAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA INFORMASI KUNJUNGAN KERJASAMA INTERNASIONAL UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO SEMARANG”

Peni Saraswati Herdini, Muhammad Arifudin Islam, Totok Haryadi
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Jl. Nakula 5 – 11, Semarang, 50131, 024-3517261
saraswati.peni@gmail.com,

Abstrak

Perancangan karya ilmiah ini bertujuan untuk merancang suatu media informasi yang baik sesuai dengan kebutuhan UDINUS dengan mendiptakan konsep yang sesuai dengan prinsip – prinsip dasar Desain Komunikasi Visual sehingga dengan media informasi tersebut dapat menunjukkan eksistensi dan kualitas UDINUS di mata internasional, Perancangan media informasi UDINUS ini menggunakan metode analisa 5W+1H untuk menentukan strategi dan konsep yang digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Hasil dari analisa tersebut adalah merancang media informasi berupa video profil bertema futuristik sebagai media utama dan cetak sebagai media pendukung. Pembuatan media informasi ini disesuaikan dengan karakteristik dan target audience UDINUS, yaitu universitas internasional. Video profil dibuat menggunakan software Adobe After Effect CS6, sedangkan untuk media pendukung menggunakan bantuan software Corel X3 dan Adobe Photoshop CS5. Dengan bantuan software tersebut diharapkan mampu menciptakan media informasi yang efektif dan komunikatif sekaligus dapat menjadi cinderamata yang berkesan saat kunjungan kerjasama internasional.

Kata Kunci : *Media Informasi, Video Profil, Futuristik, Universitas Internasional, Cinderamata*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Semarang merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan bagi masyarakat yang ingin melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi, banyak sekali mahasiswa, yang berkuliah dan menetap di Semarang. Hal ini dikarenakan di kota Semarang terdapat beberapa perguruan tinggi yang berkualitas baik negeri maupun swasta dengan biaya pendidikan yang relatif lebih murah dibandingkan dengan universitas – universitas yang juga berkualitas di kota lain. Tentunya kesempatan ini tidak dilewatkan oleh para calon mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia untuk menjatuhkan pilihannya berkuliah di salah satu perguruan tinggi terbaik yang ada di kota Semarang.

Salah satu perguruan tinggi swasta terbaik di kota Semarang adalah kampus Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS). Sebagai kampus yang terkenal akan keunggulannya di bidang Ilmu Komputer, menurut pusat data dan analisis harian Tempo pada tahun 2013, UDINUS masuk dalam tigas besar universitas swasta terfavorit setelah universitas Trisakti dan Gunadarma. Pada awal berdiri, tepatnya tahun 1986, UDINUS merupakan sebuah lembaga kursus komputer bernama IMKA yang didirikan oleh Dr. Ir. Edi Noersasongko, M.Kom dan berlokasi di Jalan Singosari Semarang. Di bawah naungan Yayasan Dian Nuswantoro dan Lintang Nuswantoro kemudian berkembang menjadi Sekotah Tinggi yang mengampu empat bidang pendidikan, yaitu Komputer, Ekonomi, Bahasa Asing, dan Kesehatan. Untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja pengelolaan perguruan tinggi maka pada tahun 2001

keempat perguruan tinggi di bawah Yayasan Dian Nuswantoro dan Yayasan Lintang Nuswantoro digabung menjadi Universitas Dian Nuswantoro dengan Dr. Ir. Edi Noersasongko, M.Kom yang menjabat sebagai Rektor hingga saat ini.

Universitas yang memiliki slogan “*For A Better Future*” ini memiliki 15 program studi yang terbagi dalam lima fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Kesehatan, Fakultas Teknik dan dua program magister, yaitu Teknik Informatika dan Manajemen. Dalam rangka mempersiapkan para mahasiswa untuk menghadapi persaingan era globalisasi yang semakin ketat, sampai saat ini UDINUS terus melakukan upaya dalam pengembangan mutu di bidang pendidikan. Salah satunya dengan mendirikan program studi baru di Fakultas Ilmu Komputer, yaitu Ilmu Komunikasi.

Selain itu UDINUS juga melakukan hubungan kerjasama dengan beberapa universitas ternama. Tidak hanya kerjasama nasional saja, untuk mendapatkan pengakuan di mata internasional, UDINUS juga melakukan hubungan kerjasama dengan beberapa universitas di sembilan negara, yaitu Malaysia, Cina, Taiwan, Jepang, Korea, Philipina, Kroasia, Finlandia dan Inggris. Dalam kunjungan kerjasama, selain melakukan diskusi dan *mapping* kurikulum, UDINUS juga melakukan presentasi mengenai profil universitas dan pertukaran cinderamata. Tentunya kegiatan tersebut membutuhkan suatu media informasi untuk menunjukkan eksistensi dan kualitas UDINUS sekaligus menjadi cinderamata dalam rangka kunjungan kerjasama dengan universitas lain. Sedangkan selama ini, media informasi yang digunakan untuk mempresentasikan profil UDINUS hanya berupa dokumen berbentuk *power point* yang sangat sederhana. Tentunya hal tersebut membuat informasi yang disampaikan menjadi minim dan kurang berkesan untuk universitas sekelas UDINUS.

Pendidikan sebagai salah satu kebutuhan primer bagi masing – masing individu, sudah menjadi hak setiap manusia untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Sama halnya dengan makanan, pakaian, atau informasi yang juga merupakan kebutuhan primer manusia. Semakin maju perkembangan jaman maka semakin maju pula permintaan manusia akan kebutuhan primer. Untuk dapat memenuhi dan bertahan menghadapi era modernisasi dan persaingan global maka kebutuhan primer juga harus turut berkembang. Salah satunya adalah merambah pasar internasional. Di Indonesia, kebanyakan orang lebih suka memenuhi kebutuhan primer dengan produk merk internasional yang lekat dengan bahasa asing dibanding produk lokal. Hal ini dikarenakan *mindset* orang Indonesia yang beranggapan bahwa menggunakan produk merk asing lebih keren dan lebih berkualitas dibanding produk merk lokal, walaupun produk tersebut sebenarnya adalah produk lokal.

Itulah yang dilakukan UDINUS untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan kemajuan era global khususnya di bidang pendidikan. Untuk mendapat pengakuan di mata internasional dan membentuk *image* sebagai kampus berbasis internasional, tentunya UDINUS harus menciptakan *branding* layaknya produk – produk Indonesia yang terkenal hingga mancanegara bahkan lebih dikenal sebagai produk luar negeri. Sama halnya dengan LEA *jeans* atau J.CO *donuts & coffee*. Seperti diketahui, LEA merupakan salah satu merk *jeans* terkemuka di dunia. Banyak orang menganggap bahwa merk dengan logo bernuansa khas bendera negara adidaya ini adalah merk internasional asal Amerika. Namun sebenarnya LEA merupakan merk asli Indonesia yang diproduksi oleh PT Lea Sanent dan pabriknya berada di Tangerang, Banten. Sejak tahun 1979 hingga saat ini, LEA telah menyediakan pakaian kasual, *jeans*, serta aksesoris yang mengadaptasi desain dan gaya Amerika. Berkat komitmennya menjaga konsistensi untuk menghasilkan desain produk yang dapat digunakan sepanjang masa, memperkuat posisi LEA sebagai pemimpin dalam denim dan pakaian olahraga di Indonesia serta untuk terus mendistribusikan *jeans* lokal dengan kualitas Internasional (www.leajeans.com). Hal itulah yang berhasil membuat masyarakat lekat

bahwa LEA *jeans* adalah *jeans* terbaik buatan Amerika. Sejarah LEA tersebut tentu dapat menjadi contoh yang baik bahwa untuk meningkatkan prestasi nasional di mata internasional diperlukan komitmen dalam mempertahankan dan mengembangkan inovasi serta kualitas agar sesuai dengan produk internasional.

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk menunjukkan eksistensi dan kualitas sehingga mendapat pengakuan internasional, UDINUS memerlukan sebuah media informasi yang menarik, komunikatif dan efektif sesuai standart internasional untuk menyampaikan informasi yang lengkap dan menampilkan kesan sebagai universitas yang berkualitas di mata universitas lain, khususnya internasional. Maka perancangan video profil merupakan pilihan yang tepat sebagai media informasi karena video profil menggabungkan dua media penyampai pesan, visual dan audio, sehingga dapat memberikan informasi menyeluruh tentang perusahaan, bagi Universitas Dian Nuswantoro Semarang memberikan informasi komprehensif untuk memperluas jalinan kerjasama dengan universitas lain, khususnya internasional, yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif sekaligus dapat dijadikan cinderamata yang berkesan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media informasi yang baik untuk menunjukkan eksistensi dan kualitas UDINUS sekaligus menjadi cinderamata kunjungan kerjasama dengan universitas lain, yang sesuai dengan latar belakang dan karakteristik UDINUS?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak meluas dari penulisan yang telah dirancang maka penulis membatasi ruang lingkup pada media informasi berupa video profil berisi konten – konten lembaga. Konten video profil tersebut diantaranya berisi tentang informasi lokasi, visi dan misi, fakultas, program kerjasama antarsesama universitas, dan *subcompany* UDINUS.

Informasi tentang lembaga akan digambarkan secara menyeluruh melalui media utama video dan media cetak sebagai media pendukung yang diharapkan mampu menunjukkan eksistensi dan kualitas komprehensif UDINUS di mata universitas lain, khususnya internasional.

1.4 Tujuan Perancangan

Dapat merancang suatu media informasi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan UDINUS, serta menciptakan konsep media informasi yang sesuai prinsip – prinsip dasar Desain Komunikasi Visual.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan penulis dalam merancang sebuah media informasi yang berguna bagi khalayak dan juga menambah pengalaman serta memperoleh pandangan baru dalam mengeksplorasi desain, terutama dalam pembuatan video profil.

1.5.2 Bagi Akademik

- a. Sebagai referensi yang dapat digunakan untuk bahan pengembangan terutama hal – hal yang berkaitan dengan masalah perancangan media informasi.
- b. Untuk menambah pembendaharaan kepustakaan dan sekaligus sebagai acuan terhadap laporan yang berhubungan dengan masalah terkait, juga sebagai media

untuk menambah pengetahuan bagi rekan – rekan mahasiswa dan pembaca lainnya.

c. Menerapkan ilmu – ilmu periklanan dalam sebuah format video profil.

1.5.3 Bagi Klien

Untuk menunjukkan eksistensi dan memberikan citra positif bagi UDINUS sebagai salah satu kampus swasta terbaik di kota Semarang dengan keunggulan di bidang Ilmu Komputer sehingga mendapat pengakuan di mata internasional.

2. METODE

2.1 Metode Perancangan

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Metode analisis data deskriptif kualitatif dilakukan dengan cara pengumpulan data berupa hasil wawancara kepada nara sumber, foto, dokumen ataupun catatan – catatan yang diperoleh di lapangan saat penelitian dilakukan. Dengan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif ini diharapkan mampu memberikan solusi yang akurat dengan dibantu analisa 5W+1H.

2.2 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer atau data langsung yang penulis perlukan merupakan data yang didapat dari cara pengamatan ataupun wawancara langsung kepada narasumber, dalam perancangan ini ruang lingkungannya yaitu Universitas Dian Nuswantoro Semarang sebagai klien, sehingga hasil perancangan dapat sesuai dengan keinginan klien namun tidak lepas dari peran desainer sebagai perancang media informasi yang tentu tetap memiliki idealisme dalam membuat desain.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang penulis perlukan merupakan data pendukung yang didapatkan dari hasil studi literatur yang akan penulis gunakan sebagai landasan dalam pembuatan perancangan media informasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang diharapkan mampu memaksimalkan proses desain yang dilakukan penulis.

2.3 Metode Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Penulis melakukan penelitian pustaka untuk mendapatkan landasan teori yang berkaitan dengan perancangan.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan humas dan kepala bagian kerjasama internasional Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur, artinya wawancara yang ringan dan tidak terlalu formal.

Metode wawancara ini sendiri diyakini dapat memberikan data yang akurat karena data bersumber langsung dari pihak yang mengetahui jelas tentang UDINUS.

c. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung di lapangan terhadap objek, yaitu Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

d. Dokumentasi

Penulis melakukan pengambilan data berupa foto – foto dan pengambilan data berupa *video shoot* berkaitan dengan Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

2.4 Metode Analisis Data

Dalam analisa permasalahan untuk perancangan profil ini menggunakan 5W+1H yang lebih cocok untuk memecahkan permasalahan rancangan tersebut. Berikut ini analisa dari 5W+1H :

a. *What?*

Apa permasalahan yang dihadapi UDINUS?

Dalam rangka mengembangkan mutu di bidang pendidikan, khususnya perguruan tinggi, UDINUS melakukan kunjungan kerjasama ke universitas internasional untuk menunjukkan eksistensi dan kualitas UDINUS. Kegiatan ini membutuhkan sebuah media yang dapat memberikan informasi secara singkat namun menyeluruh tentang UDINUS, serta dapat dijadikan cinderamata yang berkesan sehingga memberikan citra yang baik di mata internasional.

b. *Where?*

Dimana saja media informasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang akan diinformasikan?

Di universitas lain, khususnya internasional.

c. *When?*

Kapan media informasi akan diinformasikan?

Media informasi ini akan diinformasikan saat kunjungan kerjasama ke universitas lain, khususnya internasional.

d. *Why?*

Mengapa Universitas Dian Nuswantoro Semarang melakukan kerjasama dengan universitas internasional?

Untuk menunjukkan eksistensi (keberadaan) dan kualitas UDINUS sebagai kampus berbasis ilmu komputer, serta mendapat pengakuan di mata internasional.

e. *Who?*

Siapa yang menyampaikan informasi ke pada universitas lain?

Bagian kerjasama internasional Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

f. *How?*

Bagaimana menginformasikan kepada universitas lain akan eksistensi dan kualitas Universitas Dian Nuswantoro Semarang?

Dengan cara penyampaian informasi melalui media audio visual berupa video profil sebagai media utama berisi informasi singkat mengenai UDINUS, yang dirancang dengan konsep futuristik disertai ilustrasi animasi, hologram 3D dan *blueprint* sebagai gambaran kemajuan teknologi yang mewakili karakteristik dan target UDINUS, yaitu kampus berbasis ilmu komputer.

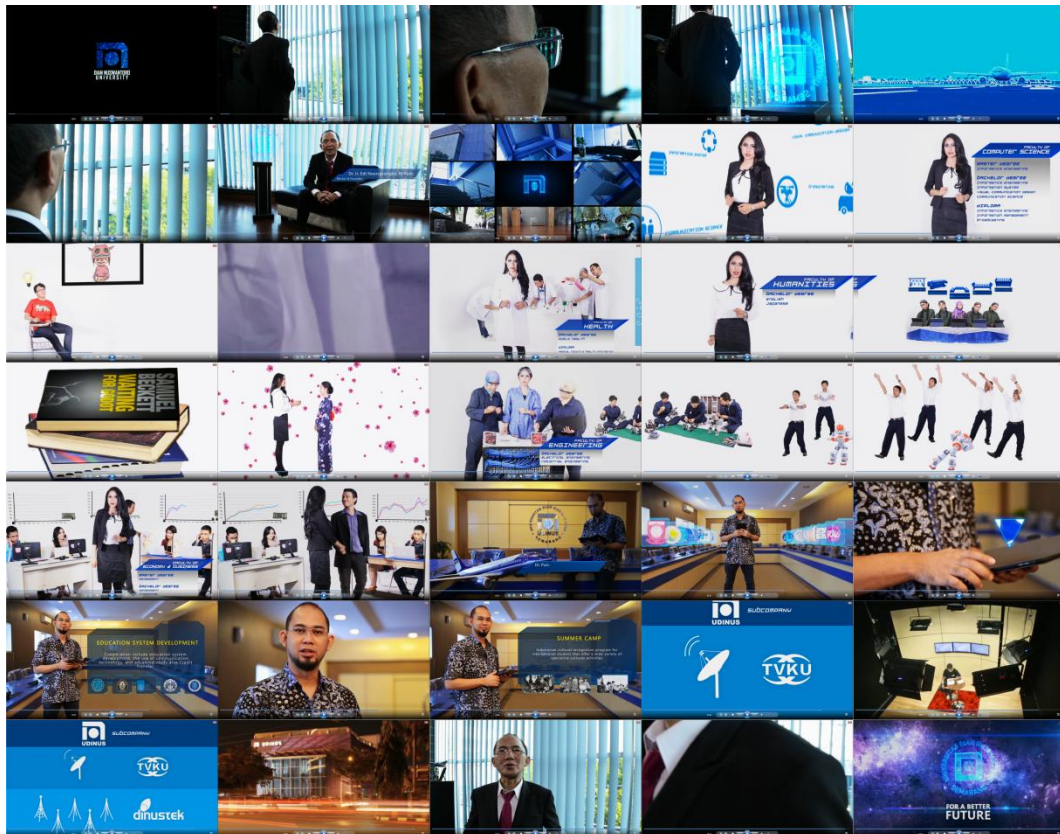
Sedangkan media cetak sebagai pendukung dengan konsep ilustrasi yang menggambarkan sisi lain dari bidang akademis UDINUS, khususnya ilmu komputer, yaitu bidang kesenian yang dekat dengan latar belakang penulis untuk menunjukkan kesenangan berkuliah di UDINUS serta berisi branding UDINUS dengan ornamen yang diambil dari warna dasar logo UDINUS.

Selain memberikan informasi mengenai UDINUS, media informasi tersebut juga dapat dijadikan cinderamata yang berkesan saat kunjungan kerjasama dengan universitas internasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa maka didapatkan sebuah acuan perancangan media informasi UDINUS berupa video profil sebagai media utama dengan tema futuristik sebagai gambaran dari kemajuan teknologi yang mewakili karakteristik UDINUS, yaitu kampus berbasis ilmu computer dan media cetak sebagai pendukung dengan ilustrasi yang mengangkat sisi lain dari bidang akademis UDINUS, yaitu bidang kesenian untuk menggambarkan kesenangan berkuliah di UDINUS dengan menggunakan ornamen yang bendadaptasi warna dasar dari logo UDINUS.

3.1 Media Utama



Gambar 3.1 : *Print Screen* video UDINUS Profile

3.2 Media Pendukung



Gambar 3.2 : X – Banner UDINUS



Gambar 3.3 : Flyer UDINUS



Gambar 3.4 : Sisi depan T – Shirt UDINUS



Gambar 3.5 : Sisi belakang *T – Shirt* UDINUS



Gambar 3.6 : *Sweater* UDINUS



Gambar 3.7 : Folder UDINUS



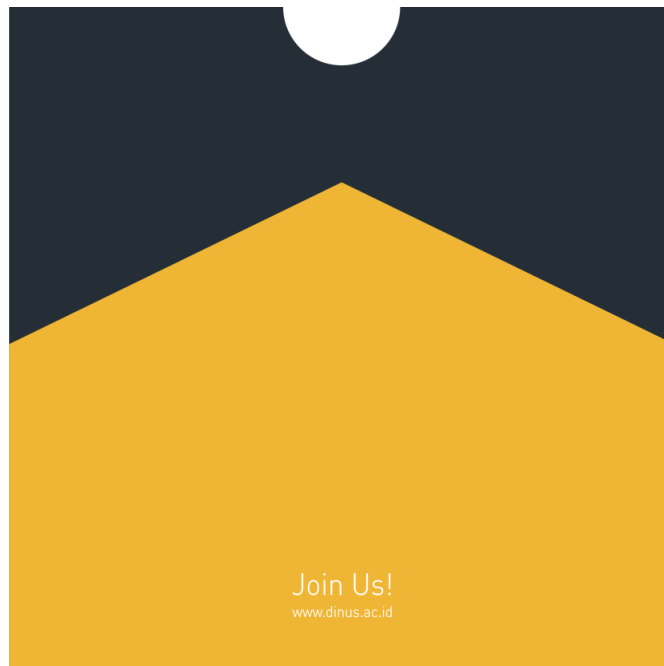
Gambar 3.8 : Sisi depan Note Book UDINUS



Gambar 3.9 : Sisi belakang *Note Book* UDINUS



Gambar 3.10 : Sisi depan *DVD Case* UDINUS



Gambar 3.11 : Sisi belakang *DVD Case* UDINUS



Gambar 3.12 : *DVD Label* UDINUS



Gambar 3.13 : Sisi depan Kartu Nama UDINUS



Gambar 3.14 : Sisi belakang Kartu Nama UDINUS



Gambar 3.15 : Stiker UDINUS

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Video Profil merupakan salah satu sarana eksistensi yang paling efektif untuk menyampaikan informasi mengenai suatu perusahaan kepada *audience*. Kegiatan eksistensi ini bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara UDINUS dengan target *audience*, namun juga berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi target *audience* dalam rangka mendapat pengakuan di mata internasional. Perancangan Video Profil Sebagai Media Informasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang ini dilakukan dengan perancangan media – media informasi cetak lainnya. Diharapkan dengan adanya rangkaian perancangan media informasi yang dilakukan untuk UDINUS ini akan memberikan citra positif dan dapat mengangkat prestasi UDINUS sehingga mendapat pengakuan di mata internasional.

Dalam Media Informasi UDINUS yang berbentuk video profil dan cetak ini masih terdapat banyak kekurangan diantaranya konsep cerita, unsur artistik yang merupakan penunjang harmonisasi visual, serta audio yang tidak stabil akan berdampak pada seluruh sajian video ini. Dalam perancangan video ini penulis berharap kepada generasi Desain Komunikasi Visual selanjutnya mendapat pembelajaran yang positif sehingga dapat meningkatkan mutu dan kualitas dari perancangan media dalam bentuk video. Persiapan produksi harus dirancang dengan matang seperti ; konsep, alur, artistik, layout, pencahayaan serta audio harus memiliki porsi yang maksimal. Selain itu perencanaan manajemen waktu juga merupakan hal yang penting dalam sebuah produksi audio visual. Tanpa adanya manajemen waktu yang baik maka proses produksi tidak akan berjalan lancar dan efektif. Oleh karena itu kolaborasi yang tepat antara perangkat produksi dan manajemen produksi sangat diperlukan sehingga tayangan video tersebut betul – betul menjadi tontonan yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adi, Kusrianto. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi Offset.
- Alvonco, Johnson. (2014). Practical Communication Skill. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Effendy, Heru. (2010). Mari Membuat Film : Panduan Menjadi Produser. Jakarta : Erlangga.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Kasali, Rhenald. (1992). Manajemen Periklanan. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- S, Lia Angraini dan Kirana Nathalia. (2004). Desain Komunikasi Visual : Dasar – Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Santoso, J Ensandi. (2013). Bikin Video Dengan Kamera DSLR. Jakarta : Media Kita.
- Santoyo, Sadjiman Ebd. (2005). Dasar – Dasar Tata Rupa & Desain (Nirmana). Yogyakarta : Arti Bumi Intaran.
- Wibowo, Fred. (2012). Teknik Produksi Program Televisi. Yogyakarta : Pinus.
- Wibowo, Ibnu Teguh. (2015). Belajar Desain Grafis : Cara Cepat dan Mudah Belajar Desain Grafis Untuk Pemula. Yogyakarta : Notebook.
- Wibowo, Indiwanto Wahyu. Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi. Jakarta : Mitra Wacna Media.
- Wirasti, Murti Kusuma. (1999). Komunikasi Visual. Yogyakarta : Fakultas Pendidikan IKIP Yogyakarta.

Jurnal :

- FFTV IKJ dan KFT. (2008). Job Description Pekerja Film (versi 01). Jakarta : FFTV IKJ dan KFT.

Website :

- Laria, Kartika. (2008). Kajian Pustaka : Media Pembelajaran. Diambil dari : <http://infoskripsi.com/Article/Kajian-Pustaka-Media-Pembelajaran.html>. (9 April 2015).
- Lupita, Putri. (2011). Sejarah, Teori, dan Fungsi Warna. Diambil dari : <http://putrilupita.blogspot.com/2011/10/sejarah-teori-dan-fungsi-warna.html>. (9 April 2015).
- MSI, Drs. Arifin. (2013). Quo Vadis Pariwisata Medan. Diambil dari : <http://beritasore.com/2013/12/12/quo-vadis-pariwisata-mean>. (9 April 2015).
- Sudartama, Enaliya. (2012). Company Profile. Diambil dari : <http://belajarkomunikasilagi.blogspot.com/2012/08/company-profile.html>. (7 April 2015).
- www.udinus.ac.id.