



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 4664-4675

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Rancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi di Doulos Phos The Ship Hotel

Welli Braham Kurniawan^{1✉}, Sigit Aprisma Irawan², Marchelin Febian³

Politeknik Bintang Cakrawala

Email : welli@pbc.ac.id^{1✉}

Abstrak

Doulos Phos The Ship Hotel merupakan salah satu hotel yang memiliki beberapa keunggulan seperti bentuknya yang unik serta memiliki nilai sejarah, lokasi yang berdekatan dengan Ferry Terminal, Pujasera, dan wahana kolam renang yang difasilitasi dengan lebih dari 30 wahana atraksi didalamnya. Namun Doulos Phos juga memiliki keterbatasan seperti tidak memiliki Pantai berpasir serta pembukaan operasionalnya yang terbilang baru dibanding sebagian besar pesaing. Untuk itu diperlukan adanya strategi yang tepat agar keberadaan Doulos Phos dapat menarik wisatawan untuk menginap. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah strategi promosi. Banyak perusahaan menerapkan strategi promosi melalui pemanfaatan video profile sebagai media promosi dan informasi, dimana video profile tersebut dapat mewakili perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas baik untuk tujuan promosi maupun branding. Video profile tersebut dapat dimuat di dalam berbagai platform seperti media sosial, website, dan marketplace. Dalam penelitian ini dilakukan perancangan pembuatan video profile yang bertujuan untuk dijadikan sebagai media informasi dan promosi dengan menggunakan teknik Konsep Produksi MAVIB (KPM). MAVIB adalah singkatan dari Multimedia Audio Visual dan Broadcasting, dan langkah dari KPM dimulai dari Pre-production lalu Production dan yang terakhir adalah Post-production. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video profile Doulos Phos telah menjawab kebutuhan dari manajemen, namun memerlukan peningkatan kualitas dari sisi pencahayaan saat footage di dalam kamar.

Kata Kunci: *Doulos Phos The Ship Hotel, Video Profile, Media Informasi dan Promosi, MAVIB*

Abstract

Doulos Phos The Ship Hotel is a hotel that has several advantages such as its unique shape and historical value, location close to the Ferry Terminal, Food Court, and a swimming pool which is facilitated with more than 30 attractions inside. However, Doulos Phos also has limitations such as not having a sandy beach and the opening of its operations which is relatively new compared to most of its competitors. For this reason, it is necessary to have the right strategy so that the existence of Doulos Phos can attract tourists to stay overnight. One strategy that needs to be considered is the promotional strategy. Many companies implement promotional strategies through the use of video profiles as promotional and information media, where the video profile can represent the company in conveying information to the wider community for both promotional and branding purposes. The video profile can be published on various platforms such as social media, websites, and marketplaces. In this research, a video profile was designed to be used as information and promotional media using the MAVIB Production Concept (KPM) technique. MAVIB is an abbreviation for Multimedia Audio Visual and Broadcasting, and the steps from KPM start from Pre-production then Production, and finally Post-production. Based on the data obtained, it can be concluded that the Doulos Phos video profile has answered the needs of management, but requires improvement in quality in terms of lighting when recording in the room.

Keyword: Doulos Phos The Ship Hotel, Video Profile, Information and Promotional Media, MAVIB

PENDAHULUAN

Doulos Phos The Ship Hotel (selanjutnya akan disebut Doulos Phos) yang berada di dalam Kawasan Bintan Beach International Resorts, tidak luput dari persaingan yang ketat pasca pandemic Covid-19. Doulos Phos merupakan salah satu hotel yang memiliki beberapa keunggulan seperti bentuknya yang unik serta memiliki nilai sejarah, lokasi yang berdekatan dengan BBT Ferry Terminal, Pujasera, dan Treasure Bay yaitu wahana kolam renang yang difasilitasi dengan lebih dari 30 wahana atraksi didalamnya. Namun Doulos Phos juga memiliki keterbatasan seperti tidak berada dikawasan pantai secara langsung serta pembukaan operasionalnya yang terbilang baru dibanding sebagian besar pesaing. Untuk itu diperlukan adanya strategi yang tepat agar keberadaan Doulos Phos dapat menarik wisatawan untuk menginap. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah strategi promosi.

Saat memasarkan produk barang atau jasa, perusahaan perlu melakukan berbagai cara untuk dapat mendapatkan keuntungan secara maksimal. Salah satunya adalah dengan menggunakan strategi promosi yang tepat. Selain untuk mendapatkan keuntungan, pemilihan strategi ini juga dapat membantu meningkatkan penghasilan dan mengenalkan produk yang akan dijual.

Pada dasarnya, strategi promosi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam bentuk manajemen pemasaran perusahaan. Maksudnya, setiap kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan untuk memasarkan produk perusahaan. Strategi yang baik dan tepat sasaran harus memenuhi beberapa unsur seperti memberikan informasi hingga memberi pengaruh terhadap suatu produk.

Karena merupakan bagian dari kegiatan perusahaan, kegiatan promo harus direncanakan dengan baik. Perencanaan dilakukan mulai dari memilih tim yang tepat sampai pemilihan metode yang sesuai dengan anggaran perusahaan. Pengetahuan terhadap produk menjadi hal yang utama bagi pembeli saat akan menghabiskan uangnya untuk membeli produk tersebut. Promosi diartikan sebagai bentuk komunikasi untuk memasarkan produk dalam pemberian informasi kepada pembeli. Dalam konteks brand knowledge, Promosi bertujuan untuk mengenalkan produk secara informatif sehingga bisa dijadikan acuan bagi para konsumen.

Dalam konteks bisnis, promosi jadi salah satu kegiatan yang menjadi nyawa perusahaan terkait dengan penjualan produk. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat. Dengan begitu, penjualan produk dapat ditingkatkan dan mendapatkan target pasar yang tepat. Secara definisi, strategi promosi adalah perencanaan serangkaian aktivitas untuk memilih dan melaksanakan cara promosi yang tepat bagi perusahaan. Tak hanya itu, saat melakukan strategi ini, perusahaan juga memperhatikan unsur lain seperti pengaruh produk bagi konsumen dan bagaimana hal tersebut dapat dimanfaatkan. Nantinya, strategi ini akan masuk menjadi bagian rencana pemasaran dari perusahaan

Teknologi informasi berkembang dengan signifikan sehingga banyak perusahaan menerapkan strategi promosi melalui pemanfaatan video profile sebagai media promosi dan informasi. Dimana video profile tersebut dapat mewakili perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas baik yang untuk tujuan promosi maupun branding, video profile tersebut dapat dimuat di dalam berbagai platform seperti media sosial, website, dan marketplace.

Saat ini Doulos Phos belum memiliki video profile yang dapat digunakan sebagai media promosi dan informasi, sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, maka menarik untuk diadakan penelitian tentang analisis rancangan video profile sebagai media promosi dan informasi di Doulos Phos The Ship Hotel.

METODE PENELITIAN

Menurut Garaika dan Darmanah (2019) metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif, yakni metode penelitian yang bersifat deskriptif yang berfokus kepada pemahaman yang mendalam tentang sebuah masalah. Metode

penelitian kualitatif lebih menekankan pada kualitas mengenai gambaran yang jelas (Salmaa, 2021). Dan objek yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah Doulos Phos The Ship Hotel. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapat melalui wawancara dan observasi langsung untuk data primer, serta studi literasi baik melalui buku, jurnal ilmiah dan sumber lainnya untuk data sekunder. Adapun perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Adobe Premiere CS6, Corel Video Studio X5 dan Adobe Photosop CS3.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Doulos Phos The Ship Hotel merupakan salah satu hotel dengan jenis resort, bermula dari sebuah kapal laut sejak 1914 atau 2 tahun lebih muda dari kapal Titanic yang kemudian ditarik ke darat dan dijadikan sebagai bangunan hotel dengan menawarkan nuansa alam tepi laut.

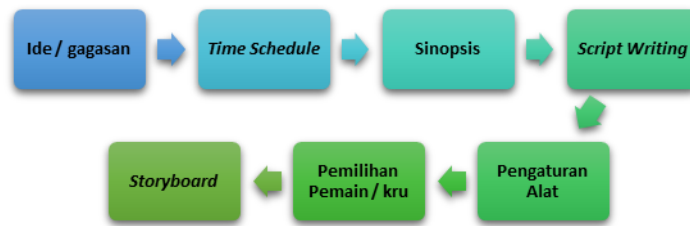
Memiliki total 105 cabin (sebutan kamar pada kapal) dengan lima jenis cabin yaitu Deluxe Cabin, Deluxe Plus Cabin, Executive Suite, Family Suite dan Master Mariner Suite. Selain cabin, Doulos Phos The Ship Hotel juga memiliki berbagai fasilitas pendukung menarik lainnya seperti kolam renang, restoran, pusat kebugaran, dan ruang serba guna, serta ruang mesin kapal yang saat ini difungsikan sebagai museum.

Keunggulan kompetitif lainnya dari Doulos Phos The Ship Hotel adalah lokasinya yang berada di dalam kawasan Bintan Beach International Resort yang merupakan Kawasan pariwisata internasional yang berdekatan dengan Singapura dan Malaysia, kemudian lokasi Doulos Phos yang sangat dekat dengan Pelabuhan Bandar Bintan Telani, yaitu Pelabuhan internasional yang menghubungkan Singapura dan Pulau Bintan secara langsung serta Pulau Batam dan Pulau Bintan secara langsung.

Konsep Produksi MAVIB (KPM)

1. *Pre-production*

Pre-production merupakan tahap dimana dimulainya ide, perencanaan dan persiapan dari Konsep Produksi MAVIB (KPM). Ada tujuh langkah Preproduction dalam Konsep Produksi MAVIB yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Proses *Pre-production*

- a. Ide atau gagasan dalam pembuatan video profile dalam penelitian ini adalah dengan menampilkan seluruh fasilitas yang dimiliki oleh Doulos Phos The Ship Hotel dengan menampilkan caption nama dari setiap fasilitas disertai iringan musik dan *voice over* berbahasa Indonesia.
- b. *Time schedule* dalam penelitian ini memuat pengaturan waktu seperti lamanya durasi hasil video yang ditetapkan selama 3 menit, lamanya pengambilan *footage* potongan-potongan video yakni 1 hari, proses produksi yakni 1 bulan, proses evaluasi yakni 1 hari, dan proses revisi akhir selama 3 hari.
- c. Sinopsis merupakan sebuah rangkuman yang menggambarkan objek yang akan divisualisasikan dalam bentuk audio video nantinya. Berikut adalah sinopsis tentang Doulos Phos The Ship Hotel: *"Doulos Phos The Ship Hotel merupakan kapal pesiar yang dijadikan bangunan hotel yang telah berusia lebih dari 100 tahun, kapal ini diproduksi di Newport News Shipbuilding and Dry Dock Company, Amerika Serikat, pada tahun 1914. Sejarah panjang kapal ini menjadikan Doulos Phos tercatat dalam Guinness World Records sebagai kapal penumpang tertua di dunia. Doulos Phos The Ship Hotel memiliki 105 cabin yang dijadikan sebagai kamar tidur bagi tamu yang menginap dengan berbagai jenis kabin seperti Deluxe Cabin, Deluxe Plus Cabin, Executive Suite, Family Suite dan Master Mariner Suite. Selain fasilitas cabin, Doulos Phos The Ship Hotel juga memiliki fasilitas pendukung lainnya seperti restoran dan bar, ruang serba guna, pusat kebugaran dan olahraga, serta kolam renang."*
- d. *Script writing*, merupakan proses pembuatan script yang nantinya akan dijadikan pedoman untuk membuat *voice over* yang akan ditampilkan bersamaan dengan video. Script pada rancangan video profile ini adalah sebagai berikut: *"Selamat datang di Doulos Phos-The Ship Hotel, sebuah keajaiban maritim yang kini berlabuh menjadi hotel mewah di pesisir pulau Bintan. Tempat bagi siapa saja yang menginginkan pengalaman menginap yang unik dan mengesankan. Setiap*

sudutnya kaya akan cerita dari berbagai dunia. Tamu yang menginap akan dikisahkan dengan sejarah sambil menelusuri semua bagian kapal. Mulai dari ruang mesin, terowongan poros baling-baling sepanjang 60 meter dan ditutup dengan pemutaran video masa lampau dari Doulos Phos. Ini adalah kunci utama pengalaman menginap yang tak terlupakan. Kabin yang disulap menjadi kamar di setiap dek kapal dirancang demi mempertahankan pesona asli kapal sekaligus juga mampu memberikan kenyamanan modern bagi tamu. Mulai dari deluxe cabin dengan luas 25 meter persegi, mampu mengakomodasi 2 orang. Kamar elegan dengan sentuhan akhir yang artistik. Untuk kebutuhan keluarga, tersedia family suite yang mampu mengakomodasi 3 orang. Selain itu juga dilengkapi dengan ruang tamu dan ruang kerja, menjadi pilihan fleksibilitas yang menarik bagi tamu. Tersedia juga executive suite, kategori kamar yang paling banyak diminati dengan luas 45 meter persegi. Semua kamar dilengkapi dengan televisi, mini bar, lemari serta toilet yang luas dan nyaman. Tidak hanya itu, Doulos Phos juga menyediakan area serba guna. 50-Nations cocok untuk kebutuhan pertemuan hingga resepsi. Berlokasi di dek tertinggi, mampu membuat tamu kagum dengan indahny pemandangan dan sensasi berlayar di laut asli. Pada bagian kapal yang lain, kebutuhan pertemuan juga dapat dilakukan di Veranda, dengan kapasitas maksimal yaitu 35 orang. Untuk kebutuhan yang lebih hangat dan intim, tamu dapat menggunakan Concert Deck. Area ini menawarkan pemandangan outdoor yang menakjubkan dengan melihat langsung matahari terbenam di Bintang. Pada bagian belakang kapal, manjakan lidah dengan hidangan lokal dan internasional untuk sarapan, makan siang hingga malam di Piano Lounge. Jelajahi juga pilihan minuman alkohol hingga non-alkohol yang tersedia di bar. Saat berada di restoran ini, tamu akan melihat piano kayu tua dari tahun 1940-an dan juga baling-baling kapal dari dekat. Pesona yang tak bisa didapatkan di tempat lain. Sebagai pelengkap liburan tamu, Doulos Phos dilengkapi dengan fasilitas gym lengkap yang dapat digunakan oleh tamu secara gratis. Kolam renang dengan konsep infinity pool juga tersedia untuk anak dan dewasa, hanya beberapa langkah dari Piano Lounge. Kami mengundang anda untuk merasakan pengalaman menginap yang unik dan mengesankan di Doulos Phos. Tentunya dengan sejuta sejarah yang menunggu di dalamnya.”

- e. Pengaturan alat dalam penelitian ini menggunakan beberapa perangkat keras seperti kamera mirrorless Sony Alpha a5000, drone DJI Mini 2SE, gimbal stabilizer dan Iphone 12 untuk kebutuhan perekam suara. Selain itu digunakan juga perangkat lunak seperti Adobe Premiere CS6, Corel Video Studio X5 dan Adobe Photosop CS3.

- f. Pemilihan Pemain atau kru dalam penelitian ini adalah untuk posisi pengarah, videographer, video editor dan voice over.
- g. *Storyboard* adalah suatu rancangan berupa sketsa gambar yang dilengkapi dengan petunjuk atau catatan dalam proses pengambilan gambar. Storyboard dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Scene 1 – Logo dengan latar belakang berwarna hitam



Gambar 2. Logo Doulos Phos

Scene 2 – Penampilan luar bentuk Doulos Phos tampak depan



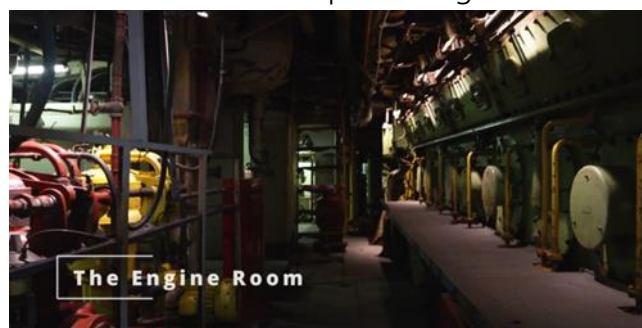
Gambar 3. Bangunan Doulos Phos

Scene 3 – Penampilan lobi utama



Gambar 4. Main Lobby

Scene 4 – Penampilan ruang mesin



Gambar 5. Engine Room

Scene 5 – Penampilan fasilitas cabin



Gambar 6. Family Suite

Scene 6 – Penampilan ruang serba guna



Gambar 7. 50-Nations Function Hall

Scene 7 - Penampilan fasilitas tempat makan tamu



Gambar 8. Piano Lounge

Scene 8 – Penampilan sarana olahraga dalam ruangan



Gambar 9. Gym Center

Scene 9 – Penampilan fasilitas kolam renang



Gambar 10. Infinity Pool

Scene 10 – Penutupan dengan menampilkan logo dan informasi kontak yang dapat dihubungi



Gambar 11. Informasi Kontak

2. Production

Production merupakan tahapan dimana terjadinya proses pengolahan ide atau gagasan, timeline, synopsis, naskah dan storyboard yang dibantu oleh kru dan peralatan yang dipakai untuk mewujudkan sebuah video profile seperti yang diharapkan. Didalam tahap produksi ini, ada beberapa hal yang menjadi perhatian, yaitu:

- a. Perencanaan Multimedia, yang merupakan rancangan kombinasi jenis media yang dipakai untuk pengelolaan suara, gambar dan teks.
- b. Perencanaan Audio, merupakan rancangan audio yang dapat menjelaskan makna dari video yang ditampilkan. Pada penelitian ini perencanaan audio menggunakan teknik *dubbing* atau *voice over*, yakni teknik dengan menceritakan dan menjelaskan video yang sedang ditampilkan melalui suara manusia dan bahasa yang dipakai dalam penelitian ini adalah Bahasa Indonesia. Selain *dubbing*, dalam penelitian ini juga menggunakan rancangan suara latar (*background*) berupa music instrumental.
- c. Perencanaan Visual, bentuk visualisasi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah berupa gabungan antara gambar, gambar bergerak (video) dan huruf atau angka. Unsur visual dalam penelitian ini meliputi *intro* yang disertai logo, penampilan gedung dan fasilitas hotel, dan *outro* yang disertai logo dan informasi kontak yang dapat dihubungi.
- d. Perencanaan Broadcasting, rancangan ini diperlukan agar hasil dari audio visual yang telah diproduksi menjadi sebuah video profile dapat disampaikan menjadi sebuah pesan kepada Masyarakat luas. Teknik broadcasting yang akan diterapkan nantinya adalah teknik luring dimana manajemen dapat melakukan pemaparan langsung kepada penerima pesan dengan menampilkan video profile dalam paparan tersebut, serta teknik daring dimana manajemen dapat mengunggahnya pada platform digital yang terkoneksi dengan jaringan internet seperti website dan media sosial.

3. *Post-production*

Post-production merupakan tahap proses penyelesaian sebuah karya sampai menjadi sebuah video profile yang utuh dan mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada audience. Dalam proses postproduction semua gambar, gambar bergerak, teks dan suara yang didapat pada tahap produksi di satukan melalui proses editing.

Hasil akhir video profile akan berbentuk mp4 yang akan disimpan didalam perangkat keras berupa laptop, yang kemudian didistribusikan kepada manajemen Doulos Phos The Ship Hotel dengan melakukan transfer data menggunakan media flashdisk sebagai media penyimpanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah jelaskan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Video profile yang baik adalah video profile yang dapat menyampaikan pesan dengan baik kepada setiap audience yang melihat atau menonton video profile tersebut.
2. Video profile merupakan kombinasi dari gambar, gambar berjalan, teks dan suara yang menarik agar audience dapat menikmati video profile tersebut saat melihat atau menontonnya.
3. Dalam proses perancangan diperlukan peralatan yang memadai agar dapat mengakomodir setiap kebutuhan mulai dari pengambilan gambar, gambar bergerak dan suara serta proses editing video tersebut.
4. Pada hasil akhir video profile terdapat catatan evaluasi seperti kurangnya kualitas penerangan, hal ini disebabkan karena cuaca yang tidak mendukung yang menyebabkan kurangnya pencahayaan alami, serta kurangnya peralatan pencahayaan. Kemudian angin yang kencang mengakibatkan kurang stabilnya pengambilan video dari udara. Selain itu terdapat juga beberapa bagian video yang tidak stabil, hal ini dikarenakan kurangnya peralatan stabilizer kamera.

DAFTAR PUSTAKA

- Krestanto, Hery. 'Strategi dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta'. *Jurnal Media Wisata*, Vol.17, No.1, 2019.
- Purba, Johannes WP. 'Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan, Studi Kasus: Grand Swiss-Belhotel Medan.' *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol.3, No.3, 2019
- Hamzah, Faisal R., et al. "Promosi Dan Informasi Media Audio Visual Berbentuk Video Profile Pada Smk PGRI 11 Ciledug Kota Tangerang." *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, vol. 3, no. 1, 2017, pp. 35-47.
- Hidayat, W., A. B. Wandanaya, and R. Fadriansyah. 'Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Di SMK Avicena Rajeg Tangerang'. *Journal Cerita: Creative Education of Research in Information Technology and Artificial Informatics*, Vol. 2, no. 1, 2016, pp. 56-69.
- Maimunah, Lusyani Sunarya dan Nina Larasati. 'Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi'. *Jurnal CCIT*, Vol.5, No., 2012.
- Arifin, Eva. 2011. "Broadcasting To Be Broadcaster". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunarya, Lusyani. 2013. *Diktat Mata Kuliah Diktat Mata Kuliah Aplikasi Program Komputer*

MAVIB II. Perguruan Tinggi Raharja. Tangerang.

Hendratman Hendi, ST. 2011. "The Magic of Adobe After Effects". Bandung: Informatika.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. 'Marketing Management 14th edition'. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Immaniar, Dewi, Sudaryono dan Dwi Ayu Ningrum. 'Enriching Company Profile Sebagai Penunjang Media Informasi Dan Promosi Pada Perguruan Tinggi Raharja'. Jurnal CCIT, Vol.7, No.3, 2012.

Winarsih, Sri Ati. 'Kebutuhan dan Prilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang'. Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol.2, No.4, 2013.

Prasanta, Ditha. 'Komunikasi Terapeutik Tenaga Medis dalam Pemberian Informasi tentang Obat Tradisional bagi Masyarakat'. Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol.10, No.1, 2017.

Ramli, Muhammad. 2012. 'Media dan Teknologi Pembelajaran'. Banjarmasin: IAIN Antasari Press.