

## Pembuatan Media Pembelajaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Image Universitas

Emmy Wahyuningtyas\*, Anang Kukuh Adisusilo, Nia Saurina

Program Studi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Surabaya 60255, Indonesia

\*[emmy.cakep@gmail.com](mailto:emmy.cakep@gmail.com)

### Abstrak

Keberhasilan sistem pembelajaran daring tidak hanya ditentukan oleh LMS saja, namun sangat ditentukan oleh konten materi pembelajaran itu sendiri. Model dan variasi penyajian konten pembelajaran adalah factor penting yang harus diperhatikan karena menjadi daya tarik bagi peserta didik serta mempengaruhi kecepatan pemahaman materi.

Dalam studi ini peneliti ingin menyusun dan mengembangkan berbagai bentuk media pembelajaran berbasis digital video yang dapat dijalankan pada multi platform. Digital video saat ini menjadi pilihan favorit banyak orang yang ingin mempelajari sesuatu dengan instan dan mudah. Disajikan dengan kombinasi multi media seperti teks, gambar, animasi, video dan suara menjadikan media ini sebagai pilihan tepat bagi instruktur untuk menyampaikan materi pembelajaran se-nyata mungkin seolah-olah sedang bertatap muka secara langsung.

Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap antara lain analisis kebutuhan yakni mengidentifikasi kebutuhan user dan mendokumentasikannya, perancangan konsep media yaitu membuat konsep storyline dan scenario, pembuatan materi ajar yang tampil di setiap scene, produksi utama dengan recording suara, screen dan wajah. Selanjutnya masuk pada proses paska-produksi yang terdiri dari editing, rendering, exporting untuk menghasilkan digital video yang professional. Langkah terakhir adalah publikasi pada penyedia layanan video streaming menggunakan channel resmi fakultas.

**Kata Kunci:** media, pembelajaran, digital video

### Abstract

*The success of the online learning system is not only determined by the LMS, but is largely determined by the content of the learning material itself. Models and variations in the presentation of learning content are important factors that must be considered because they are an attraction for students and affect the speed of understanding the material.*

*In this study, researchers want to compile and develop various forms of digital video-based learning media that can be run on multiple platforms. Digital video is currently the favorite choice of many people who want to learn something instantly and easily. Presented with a combination of multimedia such as text, images, animation, video and sound, this media is the right choice for instructors to deliver learning materials as real as possible as if they were face to face.*

*The research was carried out in several stages including needs analysis, namely identifying user needs and documenting them, designing media concepts, namely making storyline and scenario concepts, making teaching materials that appear in each scene, main production with voice, screen and face recordings. Then enter the post-production process which consists of editing, rendering, exporting to produce a professional digital video. The last step is publication on video streaming service providers using the faculty's official channel.*

**Keywords:** media, learning, digital video

## 1 PENDAHULUAN

Penggunaan media pembelajaran dalam proses belajar mengajar dapat membangkitkan minat atau keinginan siswa dalam belajar (Arsyad, 2011). Selain itu media pembelajaran juga dapat membangkitkan motivasi siswa dan dapat menstimulasi kegiatan belajar dan membawa pengaruh-pengaruh psikologis. Mahmun (Mahmun, 2012) menyatakan hal yang harus dilakukan guru dalam penggunaan media pembelajaran yang efektif yaitu dengan mencari, menemukan, dan memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan siswa dan juga yang dapat menarik minat belajar siswa.

Media pembelajaran sangat penting untuk mewujudkan proses belajar mengajar yang baik. Shafira (Shafira, 2018) menyebutkan bahwa terdapat 4 komponen penting dalam kegiatan pembelajaran yaitu bahan ajar, suasana belajar, media dan sumber belajar, dan pendidik sebagai subjek pelajaran. Dengan adanya media pembelajaran maka proses pembelajaran akan berlangsung secara efektif dan hal ini akan menimbulkan dampak positif pada hasil belajar. Hasil belajar yang baik dapat terwujud karena adanya proses belajar yang baik dan maksimal. Proses belajar yang baik dapat tercipta karena adanya media pembelajaran yang mendukung didalamnya.

Belum berakhirnya pandemi masih mengharuskan sistem pembelajaran di semua jenjang dilakukan dalam jaringan (*daring*), hal ini menuntut semua Lembaga pendidikan untuk dapat menyediakan fasilitas *learning management system* (LMS) dan infrastruktur pendukung lainnya secara memadai. Keberhasilan sistem pembelajaran *daring* tidak hanya ditentukan oleh LMS saja, namun sangat ditentukan oleh konten materi pembelajaran itu sendiri. Model dan variasi penyajian konten pembelajaran adalah factor penting yang harus diperhatikan karena menjadi daya tarik bagi peserta didik serta mempengaruhi kecepatan pemahaman materi.

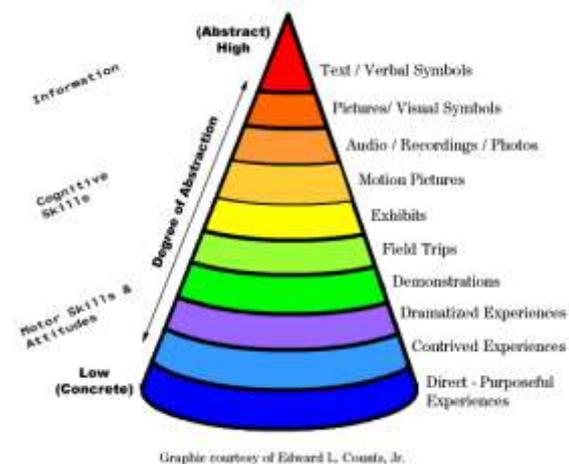
Dalam satu tahun terakhir penggunaan LMS berbasis Moodle sebagai platform pembelajaran di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya cukup baik, namun penyajian materi kuliah oleh para dosen masih terbatas hanya menggunakan *activity* dan *resource* yang monoton antara lain memberikan materi berupa file PPT dan PDF serta menjelaskannya dalam ruang video conference BigBlue Button. Hal ini tentu membuat kinerja server cukup berat apabila

dilakukan secara simultan, sehingga tidak jarang terjadi *system/hardware failure* yang mengakibatkan terhambatnya proses pembelajaran. Migrasi ke platform video conference eksternal menjadi solusi sementara, namun aktivitas pembelajarannya tidak terekam oleh LMS universitas sehingga menjadi temuan pada laporan rekap kinerja pengajaran. Selain video conference, para dosen juga menggunakan fitur aktivitas lain dalam LMS seperti forum diskusi dan chatroom, namun berdasarkan umpan balik perkuliahan Sebagian besar menyatakan bahwa melalui kedua aktivitas tersebut kurang dapat memahami materi yang menjadi topik bahasan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pembuatan media pembelajaran digital untuk meningkatkan Brand Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga dapat merangsang perasaan siswa, pikiran, kemauan, dan perhatian serta mendorong terjadinya proses belajar (Miarso, 2009). Sementara itu, Menurut (Musfiqon, 2012) media pembelajaran dapat diartikan sebagai alat yang berupa fisik dan non fisik digunakan guru dalam menyampaikan materi kepada siswa agar lebih efektif dan efisien. Menggunakan Media pembelajaran diharapkan dapat lebih cepat menerima materi pembelajaran siswa serta menarik siswa untuk belajar.

Penggunaan media dalam proses pembelajaran menurut Dale dalam Daryanto (Daryanto, 2013) adalah Pengalaman Kerucut Dale, seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Pengalaman Kerucut Dale (Daryanto, 2013)

Menurut pengalaman Kerucut Dale, pengalaman langsung (konkret) memberikan pembelajaran tertinggi hasil. Disusul dengan benda-benda buatan, dramatisasi, karyawisata, televisi, pameran gambar langsung, gambar diam, simbol visual dan simbol kata (abstrak) yang memberikan porsi paling sedikit. Namun, proses belajar tidak harus dimulai dengan pengalaman langsung siswa tetapi dapat digunakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan belajar.

Multimedia berbasis teknologi dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran di kelas. Husain (Husain, 2014) menyatakan bahwa pemanfaatan multimedia khususnya pada presentasi memiliki pengaruh yang besar dan bermanfaat untuk meningkatkan hasil belajar siswa. Penggunaan multimedia pada presentasi bertujuan untuk mengakomodasi semua optimasi semua akal siswa dalam bentuk audio, visual, atau kombinasi keduanya. Selain itu, internet juga mempengaruhi kecenderungan penggunaan media di dalam kelas dan hasil belajar. Husain (Husain, 2014) menyatakan bahwa internet mempengaruhi pilihan metode baik di dalam maupun di luar kelas. Pemanfaatan dari internet memberikan kemandirian, akselerasi, umpan balik, keterjangkauan, efektifitas, dan produktivitas dalam proses pembelajaran.

Konsep Brand Image muncul pada tahun 1950. Perusahaan iklan terkenal Ogilvy untuk mengekspresikan perasaan dan emosi tautan pengguna ke produk tertentu, mengusulkan untuk menggunakan istilah "Brand image" (ISORAITÉ, 2018), yang artinya menggabungkan karakteristik fisik, implikasi sosial dan psikologis. Konsep dasar inilah yang menjadi pencitraan kuat dan melekat pada merek. Brand Image terbentuk secara spontan atau sengaja diciptakan, yang memiliki manfaat fungsional dan emosional atas dasar pikiran konsumen seperti yang dianggap sebagai simbol atau asosiasi. Nilai image dapat berubah tergantung pada bagaimana produk tersebut dikaitkan dengan kebutuhan individu dan interaksi sosial, keterampilan umum, yang berasal dari berbagai sumber, kepribadian pengguna, dan nilai pengguna.

Seperti yang dinyatakan oleh Anwar et.al. (Anwar, 2011), efek brand dijelaskan sebagai kekuatan untuk mengekstrak respons yang sangat positif secara emosional setelah penggunaannya

(Chaudhuri, 2001), sedangkan kepercayaan brand adalah kehendak konsumen untuk bergantung pada janji brand untuk melakukan tugas tertentu yang disebutkan (Moorman, 1992). Karadeniz (Karadeniz, 2010) menyatakan bahwa brand mencerminkan kualitas produk perusahaan daripada nama perusahaan, logo, warna, dll.

## 2. METODE

Pelaksanaan penelitian ini terbagi dalam beberapa tahap yaitu:

- 1) Analisis kebutuhan - Merupakan tahap awal untuk mengidentifikasi apa saja yang dibutuhkan oleh pemateri dan calon audiens. Koleksi data dilakukan melalui observasi dan wawancara secara mendalam serta mengkaji sumber referensi secara online baik jurnal ilmiah, buku elektronik serta situs resmi. Hasil dari tahap awal ini berupa spesifikasi kebutuhan pengguna yang menjadi dasar dalam pembuatan konsep media pembelajaran digital yang dibuat.
- 2) Perancangan konsep media - Berdasarkan dokumen User Requirement Specification peneliti merancang konsep media dengan menuliskan storyline lengkap dengan scenario skrip untuk setiap scene yang akan dibuat. Konsep divisualisasikan dalam bentuk sketch yang menjadi dasar template video menggunakan perangkat lunak Microsoft Power Point versi 2019.
- 3) Pembuatan materi ajar - Pokok bahasan pembelajaran dibuat dalam format .ppt dengan mengintegrasikan multi media (suara, gambar dan video) agar menarik sesuai dengan template yang telah dirancang sebelumnya. Dibutuhkan perangkat lunak Microsoft Power Point versi 2019 untuk menyelesaikan tahap ini. Output dari tahap ini adalah file .ppt yang siap di ekspor ke berbagai format.
- 4) Produksi (recording) - Merupakan proses inti untuk meng capture suara pemateri dalam menyampaikan narasi per scene sesuai scenario yang telah dibuat pada tahap2. Selain itu, dilakukan juga capture wajah berupa video yang akan dilampirkan di setiap scene. Proses ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak Canva, Prezi dan Powtoon.

Hasil dari tahap ini berupa file ber format raw video yang siap disunting.

- 5) Paska-produksi (editing, rendering, exporting) - Merupakan tahapan yang sangat krusial dan menentukan hasil akhir dari video pembelajaran yang dibuat. Pada tahap ini dilakukan penyuntingan video antara lain membuat opening, titling, backsound mixing dan elemen pembantu, membuat transition dan filter, menambahkan media serta proses rendering agar kualitas video yang dihasilkan jernih. Dalam penyelesaian tahap ini dibantu dengan perangkat lunak Wondershare Filmora versi X dan element pendukungnya. Hasil akhir berupa video pembelajaran yang siap dipublikasikan.
- 6) Publikasi - Merupakan tahap akhir untuk mempublikasikan video agar dapat diakses public secara luas. Dimulai dengan membuat kanal resmi pada layanan video streaming provider Youtube, pembuatan thumbnail yang dilengkapi dengan logo institusi untuk membuat ciri khusus agar mudah dikenal audiens serta lebih eye catching. Thumbnail dibuat dengan Adobe Photoshop versi 2020. Hasil akhir tahap ini adalah tersedianya channel resmi yang berisi beberapa video pembelajaran.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun konsep media yang dihasilkan dituangkan dalam sebuah storyline agar rancangan setiap scene dapat dibaca secara jelas dan detil serta digunakan sebagai pedoman pengembangan media. Media yang dikembangkan sebanyak 3 materi yaitu *Critical Success Factor*, *Assessing Current Situation* dan *Mc Farlan Strategic Grid*

#### Pembuatan materi ajar

Materi ajar diperlukan sebagai elemen pendukung utama video pembelajaran untuk memperjelas materi yang dibahas. Materi dibuat dalam bentuk slide show berisi teks, gambar dan beranimasi menggunakan perangkat lunak Microsoft Power Point versi 2019. Selain itu materi juga dibuat menggunakan online tools Canva dan Prezi agar menghasilkan visualisasi yang berbeda untuk menambah variasi media pembelajaran. Pembuatan materi dengan power point tidak dibahas karena sudah sangat umum.

#### Produksi

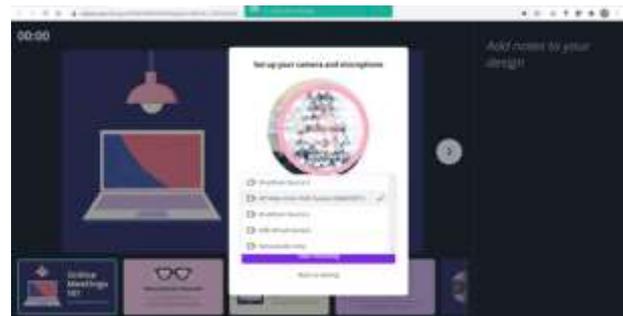
Tahap produksi merupakan tahap inti dari serangkaian pembuatan media pembelajaran ini.

Pada tahap ini dilakukan proses recording video dan audio. Proses ini dilakukan dengan 2 cara yaitu menggunakan perangkat lunak Canva dan Prezi. Berikut ini adalah hasil screenshot proses audio dan video capture.



Gambar 2 Editing slide pada Canva

Setelah slide materi selesai dibuat dan siap dipresentasikan, selanjutnya masuk pada recording studio untuk take scene utama. Terlebih dahulu dilakukan pengaturan source camera sebagai input device.



Gambar 3. Pemilihan source video input pada Canva



Gambar 4 Pemilihan source audio input pada Canva

#### Paska Produksi

Setelah proses produksi selesai, maka langkah selanjutnya adalah mempersiapkan proses paska produksi. Adapun proses paska produksi merupakan proses editing video dan audio hasil perekaman. Editing video menggunakan perangkat lunak Wondershare Filmora versi X 10

penambahan effect, transisi, penggunaan elemen 2D untuk membantu memperjelas pokok materi yang disampaikan. Selain video dilakukan audio editing untuk memastikan agar audio dapat di playback tanpa delay. Eliminasi noise, penyesuaian volume dan pengaturan pitch juga disetting agar selaras. Penambahan backsound juga dilakukan dengan memanfaatkan element dari FilmStock. Tampilan Workspace dari Filmora X10.

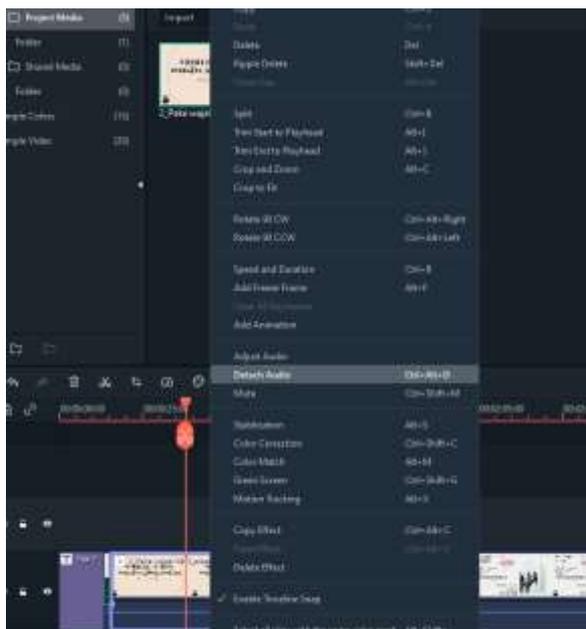
Langkah pertama yang dilakukan adalah mengimpor semua bahan baku yang dibutuhkan ke dalam media library sesuai yang tercantum pada storyline dalam bentuk video, audio, image termasuk logo Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selanjutnya adalah memasukkan video konten utama pada timeline dan melakukan trimming untuk scene yang tidak dibutuhkan, hal ini untuk memampatkan isi video agar efektif. Setelah konten video dirasa efektif, perlu dilakukan pemisahan audionya agar dapat disunting secara maksimal.

Langkah berikutnya adalah penambahan transisi dan effect. Transisi digunakan untuk menghubungkan perpindahan antar shot maupun antar scene, sedangkan effect ditambahkan untuk memanipulasi video agar memberi kesan menarik. Guna memberi kesan yang halus dan profesional saat perpindahan video, transisi yang digunakan adalah fading dan dissolved sedangkan untuk effect yang banyak digunakan adalah simple

elegant. Penambahan element berupa grafis panah dengan berbagai variasi juga diperlukan sebagai penunjuk obyek, serta untuk membantu memperjelas apa yang sedang disampaikan dengan narasi suara. Setelah editing konten utama selesai, selanjutnya adalah menambahkan video sebagai opening.

Penambahan opening video digunakan sebagai pengantar menuju konten utama dan memberikan ciri khas pada channel. Opening video terdiri dari intro dan bumper yang dapat membuat tampilan video lebih menarik, serta memberi kesan pertama yang luar biasa agar audiens ingin tahu lebih banyak tentang konten utama. Penulis menggunakan template opening yang sama agar terlihat konsisten antara video pembelajaran yang satu dan lainnya. Setelah opening video selesai, selanjutnya ditambahkan closing video.

Closing video bermanfaat untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi penonton. Dalam closing video ini ditampilkan link website Program Studi Informatika, Fakultas Teknik dan logo Universitas Wijaya Kusuma Surabaya untuk memberikan identitas sebagai pemilik konten, hal ini juga merupakan upaya branding institusi agar semakin dikenal oleh khalayak yang lebih luas. Setelah pembuatan closing video selesai, langkah berikutnya adalah penyuntingan audio. Berikut ini adalah screenshot tahapan penyuntingan video pembelajaran yang disajikan secara berurutan.



Gambar 5 Pemisahan audio dari video



Gambar 6 Penambahan transisi



Gambar 7 Pemilihan template closing video

Dihasilkan output untuk ketiga video yang dapat dilihat pada Tabel 1. pembelajaran dalam format .mp4 dengan ukuran

Tabel 1. Resume Video Pembelajaran

Judul media	Resolusi	Frame rate	File format	Ukuran
Critical Success Factor	1920x1080	25 fps	Mp4	331.191kb
Assessing Current Situation	1920x1080	25 fps	Mp4	124.558kb
Mc Farlan Strategic Grid	1920x1080	25 fps	Mp4	358.627kb

**Publikasi**

Sebagai tahap akhir dari penelitian ini yaitu menyebarkan hasil pengembangan ketiga media pembelajaran, agar dapat dinikmati oleh masyarakat dengan memanfaatkan penyedia video streaming www.youtube.com. Tahap publikasi dibagi menjadi dua fase yaitu proses upload pada channel Youtube dan pembuatan advertisement.

Video pembelajaran diupload pada channel Youtube pribadi dosen yang bersangkutan agar dapat dilakukan ujicoba dan analisis sebelum dipasang pada channel resmi Fakultas Teknik. Masing-masing video diberikan title dan deskripsi yang sesuai agar dapat memudahkan pencarian, serta pemberian thumbnail yang seragam agar memiliki siri khas dan atribut lainnya yang relevan dengan isi video.

Dari masing-masing video yang diupload, didapatkan hasil analitik secara umum maupun yang spesifik berdasarkan reach yaitu jumlah viewer yang melihat konten video, berdasarkan engagement yaitu jumlah reaksi viewer terhadap video, serta berdasarkan audience. Berikut ini disajikan hasil screenshot empat macam analisis untuk masing-masing video secara berurutan.



Gambar 8. Penambahan atribut video

Hasil analisis overview untuk video 1 sebanyak 33 views dengan total watch time sebesar 2.4 jam, untuk video 2 sebanyak 42 views dan total watch time sebesar 1.1 jam dan video 3 hanya memperoleh 18 views dengan total watch time sebesar 0.4 jam. Berdasarkan hasil analisis berbagai parameter analitik yang digunakan untuk masing-masing video dapat disajikan dalam bentuk resume yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Resume hasil video analitik

Video	Overview		Reach		Engagement		Audience	
	View (kali)	Watch time (jam)	Impression	Impression click-through rate (%)	Average view duration (min)	Average percentage view (%)	New	Returning
#1	33	2.4	113	9,7	4:24	29	15	6
#2	42	1.1	212	7.1	1:33	23.9	12	11
#3	18	0.4	75	9.3	1:26	21	10	4

**4. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan platform berbasis web dan platform desktop offline memberikan hasil yang bervariasi untuk sebuah media pembelajaran digital. Pembuatan konten materi dalam platform online kurang bervariasi sehingga diperlukan element tambahan yang diadopsi dari package yang berbeda. Hasil video yang menampilkan konten

dengan kombinasi fitur wajah pemateri fullscreen dan materi berupa animasi dalam hal ini adalah video 2 memperoleh impression yang paling tinggi dibandingkan dengan video lainnya yang hanya menonjolkan materi.

Namun secara umum hasil analitik sangat minim sehingga penulis memandang perlu dilakukan boosting menggunakan online advertising saat dipost di channel resmi institusi.

Hal ini bertujuan untuk memperoleh hasil analitik yang jauh lebih baik, sehingga dapat menunjang branding institusi agar memperoleh hasil maksimal.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diberikan kepada LPPM dan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah mendanai pengembangan pembuatan media pembelajaran pada penelitian ini. Dengan bahan ajar digital ini diharapkan dapat meningkatkan layanan dan brand image universitas kepada mahasiswa dan masyarakat secara luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. , Gulzar, A., Sohail, F., B., Akram, S., N. (2011). Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences* Vol. 1, No. 5, , pp. 73-79.
- Arsyad Azhar. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Daryanto. (2013). *Instructional Media: The roles on reaching learning goals*. Yogyakarta: Gaya Media
- Husain, C.. (2014). The use of ICT on learning in senior high school of Muhammadiyah Tarakan. *Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2), 184-192.
- Karadeniz, M. (2010). The importance of customer based strategic brand equity management for enterprises. *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol. 6 , No.2, pp. 117-132.
- M.IŞORAITË. 2018. Brand Image Development. *Ecoforum* [Volume 7, Issue 1(14), 2018].
- Mahmun Nunu. (2012). *Media Pembelajaran (Kajian Terhadap Langkah-Langkah pemilihan Media dan Implementasi Dalam Pembelajaran)* dalam *Jurnal Pemikiran Islam* Vol.37 No. 1 Januari - Juni.
- Miarso, Y. (2009). *Sowing educational technology*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Musfiqon. (2012). *Development of learning media and sources*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya
- Shafira Puspa Faradila, Siti Aimah. 2018. Analisis Penggunaan Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa di SMA N 15 Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Unimus* (Vol. 1, 2018). e-ISSN: z654-766X.