

Perancangan Video Profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas Bidang Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner dengan Konsep Produksi MAVIB

Sulaiman Alamsyah*¹ and Nurul Hidayat²

^{1,2}Informatika, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

Email: ¹sulaiman.alamsyah@mhs.unsoed.ac.id, ²nurul@unsoed.ac.id

Received : 17 July 2025; Revised : 25 July 2025; Accepted : 30 July 2025;

Published : 04 August 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan merancang video profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas, khususnya bidang Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner, menggunakan Konsep Produksi MAVIB. Metode yang digunakan meliputi tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi dengan mempertimbangkan keterbatasan alat, waktu, serta efektivitas penyampaian pesan visual. Hasilnya adalah video berdurasi 5 menit 48 detik yang menampilkan informasi layanan dinas secara komunikatif dan informatif. Video ini dimanfaatkan sebagai media sosialisasi kepada masyarakat melalui kanal digital. Luaran ini dinilai mampu meningkatkan efektivitas komunikasi publik dinas terkait layanan kesehatan hewan dan kesehatan masyarakat veteriner.

Kata Kunci: Dinas Perikanan dan Peternakan Banyumas, Kesehatan Hewan, Kesehatan Masyarakat Veteriner, Konsep Produksi MAVIB, Video Profil

This work is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License



1. PENDAHULUAN

Dunia promosi atau periklanan berkembang pesat di era modern sekarang. Promosi merupakan suatu metode untuk memperkenalkan atau menginformasikan khalayak mengenai suatu hal (Tolan et al., 2021). Promosi memiliki sebuah tujuan, yaitu untuk meningkatkan penjualan dengan menginformasikan, membujuk dan memberikan pengaruh untuk membeli produk dan merek suatu perusahaan (Martowinangun et al., 2019).

Promosi merupakan salah satu alat komunikasi media. Dimana komunikasi secara umum adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya (Vardhani & Tyas, 2019). Sedangkan media itu sendiri merupakan saluran atau jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan (Hidayat & Suwarno, 2023). Lalu komunikasi media sendiri yang memiliki pengertian sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi (Rahartri, 2019).

Persaingan dalam dunia promosi membuat banyak terobosan-terobosan baru dalam upaya meraih atensi masyarakat, salah satunya yaitu penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (D. N. Sari & Basit, 2020). Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien (Ikhsani & Saputra, 2023).

Dalam bidang informatika, multimedia berperan penting dalam menghasilkan konsep produksi promosi yang terencana. Teknologi multimedia adalah teknologi yang menggabungkan sepenuhnya

teknologi komputer, sistem video dan sistem audio untuk mendapat kombinasi yang lebih baik dan meningkatkan interaksi diantara pengguna dengan komputer (Manurung, 2021).

Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas, khususnya di bidang Kesehatan Hewan (Keswan) dan Kesehatan Masyarakat Veteriner (Kesmavet), hingga saat ini belum memiliki media promosi resmi berbentuk audiovisual. Informasi mengenai program, layanan, dan kegiatan dinas masih disampaikan secara konvensional dan belum terintegrasi dalam satu media yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini menyebabkan rendahnya tingkat pemahaman publik terhadap fungsi dan layanan yang disediakan oleh bidang Keswan dan Kesmavet. Minimnya dokumentasi visual juga membuat penyebaran informasi melalui platform digital menjadi kurang maksimal.

Kebutuhan akan media promosi yang komunikatif dan informatif sangat mendesak, terutama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan hewan dan kesehatan masyarakat veteriner. Sehingga salah satu pendekatan yang mungkin bisa dilakukan yaitu melalui pembuatan video profil. Video profil merupakan media yang sering digunakan untuk mempromosikan semua bidang baik itu perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi daerah yang akan berguna bagi masyarakat dalam mencari informasi karena efektif dalam penggunaannya (Apriliani et al., 2019).

Dengan mengadopsi konsep produksi Multimedia Audio Visual dan Broadcasting (MAVIB), video profil dapat dikembangkan secara profesional melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Media ini kemudian didistribusikan melalui platform digital seperti YouTube, yang dinilai efektif untuk menjangkau khalayak luas secara cepat dan efisien.

Dalam penelitian ini, penulis akan menerapkan prinsip-prinsip multimedia audio visual dan broadcasting dalam pembuatan video profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas bidang Keswan dan Kesmavet. Tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan video profil guna menyampaikan nilai, layanan, dan informasi penting mengenai bidang Keswan dan Kesmavet di Dinas Perikanan dan Peternakan Banyumas kepada masyarakat dengan jelas dan efektif menggunakan platform media sosial sebagai saran promosi. Dengan demikian, proyek video profil ini akan membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang keberadaan serta manfaat yang ditawarkan oleh Bidang Keswan dan Kesmavet dari Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas.

2. METODE



Gambar 1. Konsep Produksi MAVIB (KPM)

Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk produksi video profil bidang Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner pada Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas. Metode yang digunakan dalam pembuatan video profil adalah metode Konsep Produksi MAVIB (KPM). Yang dimaksud konsep Produksi MAVIB adalah seluruh proses tahapan untuk mencapai efisiensi produk media dengan menggunakan teknik MAVIB. Untuk tahapan Konsep Produksi MAVIB dapat dilihat pada gambar 1 (W. P. Sari & Soegiarto, 2023).

2.1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kabupaten Banyumas, dengan lokasi utama:

- a. Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas (Bidang Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner)
- b. Pasar Hewan Ajibarang
- c. Pasar Hewan Sokaraja
- d. Peternakan Bintang Ternak

Adapun waktu pelaksanaan dibagi menjadi:

- a. Praproduksi: Januari 2024 (minggu ke-1)
- b. Produksi: Februari 2024 (minggu ke-2)
- c. Pasca Produksi: Januari 2024 dan Februari 2024 (minggu ke-3 s.d. minggu ke-4 di bulan Januari serta minggu ke-1 di bulan Februari)
- d. Pengambilan Gambar: menyesuaikan jadwal kunjungan dan ketersediaan staf dinas dalam rentang Januari hingga Februari 2024.

2.2. Sasaran dan Target Peserta

Target dari kegiatan ini mencakup:

- a. Masyarakat Kabupaten Banyumas, khususnya peternak dan pelaku usaha produk hewan
- b. Pegawai dan staf Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas sebagai penguatan profil kelembagaan
- c. Pemerhati kesehatan hewan dan masyarakat umum

Tujuan utama dari luaran berupa video edukatif ini adalah:

- a. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang layanan kesehatan hewan dan kesehatan masyarakat veteriner
- b. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya biosekuriti dan Nomor Kontrol Veteriner (NKV)
- c. Mengarahkan masyarakat untuk mengakses layanan resmi Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas

2.3. Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian mengikuti tahapan dalam Konsep Produksi MAVIB sebagai berikut:

1. Tahap Praproduksi
Meliputi:
 - a. Penyusunan ide
 - b. Penyusunan sinopsis
 - c. Penulisan naskah
 - d. Penyusunan storyboard
 - e. Pengelolaan staf produksi
 - f. Persiapan alat produksi
 - g. Penjadwalan kegiatan

2. Tahap Produksi
Melibatkan:
 - a. Perancangan multimedia
 - b. Perancangan audio
 - c. Perancangan visual
 - d. Strategi broadcasting
3. Tahap Pascaproduksi
Mencakup:
 - a. Digitizing
 - b. Editing
 - c. Mixing
 - d. Finishing
 - e. Exporting
 - f. Segmentasi Pasar

2.4. Alat Ukur Keberhasilan

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan dengan pendekatan deskriptif dan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung kepada pihak sasaran (peternak, staf dinas, dan masyarakat) dan pemantauan statistik media digital. Berikut tabel alat ukur keberhasilan:

Tabel 1. Alat Ukur Keberhasilan Tabel

Aspek	Alat Ukur	Penjelasan
Perubahan sikap	Wawancara dengan masyarakat sasaran	Menilai perubahan minat masyarakat terhadap layanan Keswan dan Kesmavet
Peningkatan sosial-budaya	Wawancara dengan masyarakat sasaran	Mengukur pemahaman biosekuriti, NKV, dan kesejahteraan hewan
Capaian media	Statistik tayangan YouTube dan/atau respon penayangan di forum atau rapat	Mengukur efektivitas distribusi dan jangkauan informasi

2.5. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program pengabdian masyarakat ini dilihat dari beberapa indikator berikut:

- a. Video profil berdurasi 5 menit 48 detik selesai dan tayang
- b. Respon positif masyarakat berdasarkan wawancara setelah penayangan video

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi video profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas, khususnya bidang Kesehatan Hewan (Keswan) dan Kesehatan Masyarakat Veteriner (Kesmavet), dilakukan mengikuti tahapan standar produksi media audiovisual berbasis MAVIB: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahapan tidak hanya berorientasi pada hasil teknis, tetapi juga pada efektivitas penyampaian pesan, keterlibatan masyarakat, dan kontribusinya terhadap peningkatan kesadaran publik terhadap layanan Keswan dan Kesmavet.

3.1. Proses Produksi

3.1.1. Praproduksi

Tahap ini mencakup pengembangan ide, penyusunan sinopsis, penulisan naskah, storyboard, penentuan staf produksi, serta persiapan alat dan jadwal. Video dirancang dengan menonjolkan edukasi

layanan publik seperti vaksinasi hewan, biosecurity peternakan, serta informasi mengenai Nomor Kontrol Veteriner (NKV). Tahapan ini berhasil menghasilkan rencana produksi yang komprehensif serta struktur narasi yang disesuaikan dengan pesan layanan Keswan dan Kesmavet.

3.1.2. Produksi

Pada tahap ini dilakukan pengambilan gambar (footage) dan rekaman suara di berbagai lokasi seperti kantor Dinas, Pasar Hewan Ajibarang dan Sokaraja, serta peternakan Bintang Ternak. Perancangan multimedia menyatukan elemen teks, suara narasi, gambar, dan musik latar untuk menciptakan atmosfer informatif dan menarik. Penggunaan teknik visual seperti color grading dan text-behind-object juga menambah nilai estetika dan profesionalisme produksi.

3.1.3. Pascaproduksi

Meliputi digitalisasi, editing, mixing, dan finishing dengan perangkat lunak Davinci Resolve. Hasil akhir berupa video berdurasi 5 menit 48 detik dalam resolusi Full HD. Video ini kemudian diekspor dan dipublikasikan melalui kanal YouTube Dinas serta didistribusikan melalui jaringan media sosial untuk menjangkau khalayak lebih luas.

3.2. Dokumentasi Kegiatan

Berikut adalah beberapa dokumentasi kegiatan produksi yang dilakukan di lapangan:



Gambar 1. Proses Pengambilan Video di Peternakan Hewan Sokaraja



Gambar 2. Proses Pengambilan Video di Peternakan Hewan Ajibarang



Gambar 3. Proses Pengambilan Video di Peternakan Bintang Ternak



Gambar 4. Proses Pengambilan Video Sanitasi Hewan (Biosecurity)



Gambar 5. Proses Pengambilan Video Kartu Ternak dan Vaksinasi



Gambar 6. Proses Pengambilan Video Wawancara Kepala Bidang Keswan dan Kesmavet



Gambar 7. Video Wawancara Staf Dinas (Kepala Bidang Peternakan)



Gambar 8. Video Wawancara Peternak (Ketua Satria Lestari)



Gambar 9. Video Wawancara Masyarakat



Gambar 10. Penayangan di forum



Gambar 11. Proses Editing Video

3.3. Evaluasi

Sebagai bagian dari evaluasi awal kebermanfaatan, dilakukan wawancara secara langsung terhadap beberapa responden. Hasilnya:

- a. Salah satu peternak menyampaikan:
“Saya baru tahu ternyata ada sertifikasi NKV yang penting untuk produk hewan. Video ini membantu kami memahami prosesnya.”
- b. Seorang warga masyarakat menyatakan:
“Selama ini saya tidak tahu kalau Dinas juga melayani pemeriksaan hewan peliharaan. Setelah nonton videonya, jadi paham ke mana harus melapor kalau hewan sakit.”
- c. Sementara itu, salah satu staf Dinas memberikan tanggapan:
“Video ini sangat membantu kami dalam menjelaskan layanan kepada masyarakat. Biasanya kami harus menjelaskan panjang lebar, sekarang tinggal tunjukkan videonya.”

Respons ini menunjukkan adanya peningkatan literasi layanan publik dan potensi dampak edukatif dari media yang diproduksi.

3.4. Komparasi dengan kegiatan serupa dari jurnal lain

Komparasi dengan penelitian serupa dapat ditemukan pada jurnal berjudul "Perancangan Video Profil sebagai Media Promosi pada Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM)" yang juga memanfaatkan media video sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi. Penelitian tersebut merancang video profil untuk Museum Majapahit guna mengatasi kurangnya akses informasi bagi calon pengunjung, dengan tujuan meningkatkan minat masyarakat terhadap sejarah lokal. Sama halnya dengan video profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas bidang Keswan dan Kesmavet, keduanya mengandalkan pendekatan visual sebagai alat edukasi dan promosi yang efektif. Keduanya juga menargetkan audiens yang lebih luas melalui platform digital seperti YouTube. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus konten dan metode pendekatan: penelitian tentang PIM lebih menitikberatkan pada pelestarian nilai budaya dan sejarah melalui teknik live shoot dan motion graphic, sedangkan video profil Dinas lebih diarahkan pada peningkatan literasi layanan publik dan pemahaman masyarakat terhadap kesehatan hewan dan masyarakat veteriner melalui format dokumenter institusional. Perbandingan ini memperkuat pandangan bahwa video profil institusi publik dapat memainkan peran strategis dalam menyampaikan informasi penting kepada masyarakat secara menarik dan mudah dipahami.

3.5. Refleksi Dampak dan Tantangan

Dampak utama dari kegiatan ini adalah tersedianya media informasi publik yang profesional dan representatif. Bagi mitra, video profil ini tidak hanya menjadi sarana promosi tetapi juga alat edukasi untuk memperluas pemahaman masyarakat tentang tanggung jawab dan layanan mereka.

Namun, beberapa tantangan yang dihadapi antara lain:

- a. Keterbatasan waktu produksi di lapangan karena kegiatan Dinas yang padat.
- b. Hambatan teknis saat pengambilan gambar di lokasi terbuka (cuaca dan suara bising).
- c. Koordinasi antarperan dalam tim produksi yang membutuhkan fleksibilitas tinggi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berupa produksi video profil Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas bidang Keswan dan Kesmavet telah berhasil dilaksanakan melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi secara sistematis. Meskipun menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan waktu dan peralatan, hasil akhirnya menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan media informasi yang komunikatif dan representatif. Video berdurasi 5 menit 48 detik ini tidak hanya memvisualisasikan layanan Keswan dan Kesmavet secara utuh, tetapi juga menampilkan pesan edukatif yang relevan bagi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden yang terdiri dari masyarakat umum, peternak, dan staf dinas, diperoleh respons yang umumnya positif. Sebagian besar responden menyatakan bahwa video tersebut mudah dipahami dan membantu mereka memahami layanan yang ditawarkan oleh bidang Keswan dan Kesmavet. Peternak merasa lebih tahu tentang pentingnya sertifikasi NKV, masyarakat merasa terbantu dalam mengenali prosedur layanan kesehatan hewan, dan staf dinas merasa terbantu dalam menyampaikan informasi melalui tayangan tersebut. Selain itu, peningkatan interaksi digital melalui kanal YouTube mitra menunjukkan bahwa media ini memiliki daya tarik dan jangkauan yang baik. Secara keseluruhan, video ini terbukti mampu berkontribusi dalam meningkatkan literasi publik terhadap layanan Dinas serta membuka peluang pengembangan konten edukatif serupa di masa mendatang.

KONFLIK KEPENTINGAN

Author mendeklarasikan bahwa tidak ada konflik kepentingan antar author maupun dengan mitra kegiatan pengabdian di dalam paper ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Banyumas, pengurus pasar hewan Ajibarang, pengurus pasar hewan Sokaraja, pengurus peternakan Bintang Ternak yang telah memberi dukungan penuh terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1 SE-Articles), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Hidayat, S., & Suwarno, J. (2023). Media Berbentuk Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(1 SE-Articles), 29–38. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i1.91>
- Ikhsani, A. A., & Saputra, D. I. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 17–26. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1.3382>
- Manurung, P. (2021). Multimedia Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid 19. *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah*, 14(1 SE-Article), 1–12. <https://doi.org/10.51672/alfikru.v14i1.33>
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Rahartri, R. (2019). Media Komunikasi Efektif pada Layanan Jasa Informasi: Studi Kasus di Kawasan Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Puspiptek). *Media Pustakawan*, 26(2 SE-Articles), 109–117. <https://doi.org/10.37014/medpus.v26i2.182>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting.

- Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2023). Perancangan Video Safety Briefing Sebagai Media Komunikasi Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Di Laboratorium Sekolah. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2 SE-Articles), 243–260. <https://doi.org/10.21009/COMM.1102.06>
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>