



PEMANFAATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA USAHA PETERNAKAN TELUR PUYUH DI DESA CITAMBA

Lati Sari Dewi¹⁾, Bambang Kurnia Nugraha²⁾, Tia Setiyani³⁾, Wulan Purnamasari⁴⁾, Tita Mulyani⁵⁾, Muhamad Sopian Sauri⁶⁾, Hazna Aulia Zahra⁷⁾, Andri Hidayat⁸⁾, Mariza Anggra Reza⁹⁾, Nabila Aulia Kartika¹⁰⁾, Gesi Aliya Pradina¹¹⁾, Irfan Saepul Azhari¹²⁾

¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: latisaridewi02@gmail.com

²⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: bambang300687@gmail.com

³⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: setiyanitia997@gmail.com

⁴⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: uuuulan31@gmail.com

⁵⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: mulyanitita123@gmail.com

⁶⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: yan7320812@gmail.com

⁷⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: haznaaulia05@gmail.com

⁸⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: andrihidayat198@gmail.com

⁹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: kakaizawww@gmail.com

¹⁰⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: nabilaauliakarina@gmail.com

¹¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: gesialyagesi@gmail.com

¹²⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: irfansaepula@gmail.com

Abstract

Digital media can help small businesses introduce their businesses and products to a wider audience. This community service activity aimed to utilize a company profile video as an information and promotional medium for a quail egg farming business in Citamba Village. The activity involved information gathering, documentation, interviews, and video editing. The result was one company profile video presenting the business profile, farming activities, maintenance process, and products. The video was published on YouTube and can be utilized by the business owner as a digital information and promotional medium.

Keywords: company profile; digital promotion; quail egg farming; information media; Citamba Village

Abstrak

Media digital dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan usaha dan produknya kepada masyarakat secara lebih luas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memanfaatkan video company profile sebagai media informasi dan promosi pada usaha peternakan telur puyuh di Desa Citamba. Kegiatan dilakukan melalui pengumpulan informasi, dokumentasi, wawancara, dan editing video. Hasil kegiatan berupa satu video company profile yang memuat profil usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Video telah dipublikasikan melalui YouTube dan dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha sebagai media informasi dan promosi digital.

Kata Kunci: company profile; promosi digital; peternakan telur puyuh; media informasi; Desa Citamba



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan berbagai kemudahan dalam penyampaian informasi, termasuk dalam kegiatan pengenalan dan promosi suatu usaha. Kehadiran media digital memungkinkan informasi mengenai suatu usaha disampaikan dalam bentuk yang lebih beragam, baik melalui tulisan, gambar, maupun audiovisual. Perubahan tersebut memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari kegiatan komunikasi dengan masyarakat. Media digital dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas usaha, aktivitas yang dilakukan, serta produk yang dihasilkan sehingga informasi mengenai usaha dapat diketahui oleh masyarakat secara lebih luas.

Dalam perkembangan dunia usaha, penyampaian informasi menjadi salah satu bagian yang penting untuk memperkenalkan keberadaan suatu usaha kepada masyarakat. Produk yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan kualitas yang baik, tetapi juga perlu didukung dengan penyampaian informasi yang mampu memberikan gambaran mengenai usaha tersebut. Informasi mengenai proses produksi, kegiatan operasional, serta karakteristik produk dapat menjadi bagian yang membantu masyarakat mengenal suatu usaha. Oleh karena itu, pemilihan media penyampaian informasi perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Salah satu bentuk media digital yang dapat digunakan dalam memperkenalkan suatu usaha adalah video company profile. Video memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi melalui kombinasi unsur gambar bergerak, suara, teks, dan narasi. Menurut Arsyad (2011) dalam Rosyidah (2024), video merupakan gabungan dari beberapa gambar yang tersusun dalam sejumlah frame dan diproyeksikan secara mekanis melalui media digital. Karakteristik tersebut memungkinkan berbagai informasi mengenai objek yang ditampilkan dapat disampaikan secara visual sehingga penerima informasi memperoleh gambaran yang lebih nyata. Penggunaan video juga dapat membantu menyusun informasi secara berurutan sesuai dengan kebutuhan komunikasi suatu usaha.

Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, video profil juga dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan promosi. Haryoko (2012) dalam Rosyidah (2024) menyatakan bahwa video profil dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan daerah, produk, maupun instansi tertentu. Melalui video profil, identitas suatu usaha dapat ditampilkan dengan menggabungkan informasi mengenai usaha dan dokumentasi aktivitas yang dilakukan. Dengan demikian,

company profile dalam bentuk video dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha secara lebih menyeluruh dibandingkan penyampaian informasi yang hanya mengandalkan teks.

Pemanfaatan media audiovisual menjadi relevan bagi usaha yang memiliki aktivitas produksi yang dapat ditampilkan secara langsung, salah satunya usaha peternakan. Usaha peternakan memiliki berbagai kegiatan yang dapat menjadi bagian dari informasi yang menarik untuk diperkenalkan kepada masyarakat, seperti kondisi lingkungan peternakan, pemeliharaan ternak, pemberian pakan, pengelolaan kandang, hingga produk yang dihasilkan. Penyajian kegiatan tersebut dalam bentuk video dapat memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai proses yang berlangsung dalam usaha. Informasi yang disampaikan secara visual juga dapat membantu masyarakat memahami kegiatan usaha tanpa harus memperoleh informasi secara langsung melalui kunjungan ke lokasi.

Usaha peternakan telur puyuh merupakan salah satu kegiatan usaha yang terdapat di Desa Citamba, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya. Kegiatan usaha tersebut mencakup pemeliharaan ternak puyuh serta pengelolaan hasil peternakan berupa telur puyuh. Aktivitas peternakan yang dilakukan secara rutin memiliki potensi untuk diperkenalkan melalui media digital karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana usaha tersebut dijalankan. Namun, informasi mengenai profil usaha, aktivitas peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan perlu dikemas dalam media yang terstruktur agar dapat disampaikan kepada masyarakat secara lebih mudah.

Keterbatasan media informasi mengenai suatu usaha dapat menyebabkan informasi tentang keberadaan dan aktivitas usaha belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat di luar lingkungan usaha. Penyampaian informasi secara lisan atau melalui media yang terbatas juga memiliki jangkauan yang relatif terbatas. Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan perlunya pengembangan media informasi berbasis digital yang dapat digunakan secara berkelanjutan. Video company profile dapat menjadi salah satu alternatif karena hasilnya dapat disimpan, dibagikan, dan dipublikasikan melalui berbagai platform digital sehingga informasi mengenai usaha dapat diakses kembali oleh masyarakat.

Pemanfaatan video profil sebagai media informasi dan promosi telah digunakan dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penelitian Rifki et al. (2025) menunjukkan bahwa video profil dapat dimanfaatkan sebagai media informasi sekaligus mendukung branding. Penggunaan media audiovisual



memungkinkan informasi mengenai objek yang diperkenalkan disajikan secara lebih terstruktur dan dapat digunakan sebagai media publikasi digital. Sejalan dengan hal tersebut, Fadillah et al. (2025) menjelaskan bahwa video profil dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pengenalan potensi secara digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembuatan video profil dapat menjadi salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam mendukung kegiatan pengenalan suatu objek atau usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKNT 03 Desa Citamba melaksanakan program kerja pembuatan video company profile pada usaha peternakan telur puyuh sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pembuatan video, tetapi juga diawali dengan proses pengumpulan informasi mengenai usaha. Pengumpulan informasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap kondisi usaha dan wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang sesuai mengenai profil, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, serta produk yang dihasilkan. Tahap tersebut dilakukan agar isi video dapat menggambarkan kondisi usaha berdasarkan informasi yang diperoleh secara langsung.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pembuatan video company profile dilaksanakan dalam rangka program KKNT 03 Desa Citamba dengan pendekatan pemanfaatan media digital sebagai sarana informasi dan promosi usaha peternakan telur puyuh. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap agar informasi yang disajikan dalam video sesuai dengan kondisi dan aktivitas usaha yang sebenarnya. Tahapan kegiatan meliputi pengumpulan informasi, observasi dan wawancara, dokumentasi visual, seleksi serta penyusunan materi, proses penyuntingan (editing), dan koordinasi dengan pemilik usaha. Setiap tahapan dilaksanakan dengan menyesuaikan kondisi di lokasi peternakan serta ketersediaan aktivitas yang dapat didokumentasikan. Pendekatan tersebut dilakukan agar video yang dihasilkan tidak hanya menampilkan dokumentasi kegiatan, tetapi juga mampu memberikan informasi mengenai profil dan aktivitas usaha peternakan telur puyuh secara runtut dan mudah dipahami.

Tahap pertama dilaksanakan pada minggu kedua melalui kegiatan pengumpulan informasi mengenai usaha peternakan telur puyuh. Mahasiswa melakukan observasi secara langsung ke lokasi usaha untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi lingkungan peternakan dan berbagai aktivitas yang dilakukan. Observasi dilakukan dengan memperhatikan kegiatan yang berkaitan dengan proses pemeliharaan ternak serta pengelolaan usaha. Selain

observasi, mahasiswa melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai latar belakang usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Informasi hasil observasi dan wawancara kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi yang akan dimasukkan ke dalam video. Pada tahap ini juga dilakukan pengambilan gambar dan video secara berangsur dengan menyesuaikan aktivitas yang sedang berlangsung serta kondisi di lokasi peternakan. Dokumentasi dilakukan secara bertahap agar materi visual yang diperoleh dapat menggambarkan berbagai bagian kegiatan usaha secara lebih lengkap.

Tahap kedua dilakukan setelah informasi dan dokumentasi visual terkumpul melalui proses seleksi serta penyusunan materi video. Seluruh hasil dokumentasi ditinjau kembali untuk menentukan gambar dan potongan video yang paling sesuai dengan informasi yang akan disampaikan. Pemilihan materi dilakukan dengan mempertimbangkan keterkaitan antara visual yang ditampilkan dengan isi informasi mengenai usaha peternakan telur puyuh. Materi yang telah dipilih kemudian disusun berdasarkan urutan informasi agar video memiliki alur yang sistematis. Penyusunan tersebut mencakup bagian yang memperkenalkan profil usaha, aktivitas peternakan, proses pemeliharaan, hingga produk yang dihasilkan. Pada tahap ini, mahasiswa juga menyesuaikan materi hasil wawancara dengan dokumentasi visual sehingga informasi yang disampaikan melalui video dapat didukung oleh gambar atau video yang relevan.

Tahap ketiga merupakan proses penyuntingan atau editing yang dilaksanakan pada minggu ketiga. Pada tahap ini, materi visual yang telah dipilih disusun menjadi satu kesatuan video dengan memperhatikan urutan dan kesinambungan informasi. Proses editing meliputi penyusunan dan pemotongan potongan video, penggabungan materi dokumentasi, penambahan teks informasi, penyusunan narasi, serta penyesuaian unsur audio dan visual. Penambahan teks dan narasi dilakukan untuk membantu menjelaskan informasi yang tidak dapat disampaikan hanya melalui gambar. Sementara itu, penyesuaian audio dan visual dilakukan agar setiap bagian video dapat ditampilkan secara lebih jelas dan tidak mengganggu penyampaian informasi. Proses penyuntingan dilakukan secara bertahap dengan melakukan pemeriksaan terhadap hasil sementara sehingga materi yang kurang sesuai dapat diperbaiki sebelum video memasuki tahap akhir.

Tahap terakhir adalah koordinasi dan pemeriksaan isi video bersama pemilik usaha. Koordinasi



dilakukan setelah proses penyuntingan untuk memastikan bahwa informasi mengenai profil usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang ditampilkan telah sesuai dengan kondisi sebenarnya. Pemilik usaha diberikan kesempatan untuk memeriksa isi video sehingga apabila terdapat informasi atau bagian visual yang perlu disesuaikan, mahasiswa dapat melakukan perbaikan sebelum video dipublikasikan. Setelah seluruh materi dinyatakan sesuai dan proses penyuntingan akhir selesai, video company profile dipublikasikan melalui platform YouTube. Publikasi tersebut dilakukan agar video dapat digunakan sebagai media informasi, dokumentasi, dan promosi digital yang dapat diakses serta dibagikan kepada masyarakat. Dengan selesainya seluruh tahapan tersebut, kegiatan menghasilkan satu video company profile usaha peternakan telur puyuh yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk memperkenalkan profil, aktivitas, dan produk usahanya melalui media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pelaksanaan pembuatan video company profile dilakukan secara bertahap agar materi yang disajikan dapat menggambarkan kondisi usaha secara sesuai dan informatif. Kegiatan diawali dengan observasi dan pengumpulan informasi mengenai usaha peternakan telur puyuh. Mahasiswa melakukan pengamatan secara langsung terhadap kondisi dan aktivitas yang berlangsung di lokasi peternakan sebagai dasar dalam menentukan materi yang akan dimasukkan ke dalam video.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara dengan Pemilik Usaha Peternakan Telur Puyuh

Pada minggu kedua, kegiatan dilanjutkan dengan pengambilan dokumentasi visual di lokasi peternakan. Dokumentasi mencakup kondisi peternakan, aktivitas pemeliharaan, proses kegiatan usaha, serta produk yang

dihasilkan. Selain dokumentasi, mahasiswa melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai profil usaha dan kegiatan yang dilakukan. Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi tersebut kemudian digunakan sebagai bahan dalam penyusunan video company profile.



Gambar 2. Pengambilan Footage Profile Company UMKM Telur Puyuh

Pada minggu ketiga, dokumentasi yang telah diperoleh diseleksi dan disusun menjadi alur video yang sistematis. Proses editing dilakukan dengan menggabungkan gambar, teks, narasi, audio, dan unsur visual lain yang diperlukan. Penyusunan materi dilakukan dengan mempertimbangkan keterkaitan antara gambar dan informasi yang disampaikan agar setiap bagian video dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai usaha peternakan telur puyuh serta mudah dipahami oleh masyarakat.

Koordinasi dengan pemilik usaha dilakukan selama proses penyusunan dan penyelesaian video untuk memastikan informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi usaha dan tidak terdapat informasi yang kurang tepat. Setelah proses penyuntingan dan pemeriksaan selesai, diperoleh satu video company profile yang memuat profil usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Video tersebut kemudian dipublikasikan melalui YouTube sebagai media informasi dan promosi digital bagi usaha peternakan telur puyuh.

Video company profile yang dihasilkan berfungsi sebagai media informasi karena menyajikan gambaran usaha peternakan telur puyuh secara visual dan terstruktur. Informasi mengenai profil usaha, aktivitas peternakan, proses pemeliharaan, serta produk yang dihasilkan dapat disampaikan melalui satu media yang menggabungkan unsur visual dan informasi usaha. Penyajian dalam bentuk video memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kegiatan yang dilakukan di peternakan sehingga informasi



usaha dapat diperkenalkan kepada masyarakat dengan cara yang lebih mudah dipahami.

Selain sebagai media informasi, video company profile juga dimanfaatkan sebagai media promosi digital. Publikasi melalui YouTube memungkinkan video dapat diakses dan dibagikan kembali oleh pemilik usaha untuk memperkenalkan usaha peternakan telur puyuh kepada masyarakat maupun calon konsumen. Penggunaan platform digital tersebut memberikan kesempatan bagi informasi mengenai usaha untuk disampaikan melalui media yang dapat dijangkau secara lebih luas.

Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya berupa dokumentasi mengenai aktivitas peternakan, tetapi juga menghasilkan media digital yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pengenalan usaha. Video company profile dapat digunakan kembali oleh pemilik usaha sebagai media informasi dan promosi sesuai dengan kebutuhan. Keberadaan video tersebut diharapkan dapat membantu memperkenalkan profil, aktivitas, dan produk usaha peternakan telur puyuh melalui media digital.

Video company profile telah dipublikasikan melalui YouTube dan dapat diakses melalui tautan: <https://youtu.be/uLMPk488IGg?si=mk4jBRMIW0sTbDhr>

4.2 Pembahasan

Pembuatan video company profile pada usaha peternakan telur puyuh di Desa Citamba merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung penyampaian informasi mengenai usaha masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa informasi mengenai usaha dapat dikemas dalam bentuk audiovisual yang memuat berbagai aspek usaha secara lebih terstruktur. Video tidak hanya menampilkan keberadaan usaha, tetapi juga memberikan gambaran mengenai profil usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Penggunaan media audiovisual tersebut memungkinkan informasi usaha disajikan dalam satu media yang dapat digunakan kembali sesuai dengan kebutuhan pemilik usaha.

Pemilihan video sebagai media penyampaian informasi berkaitan dengan kemampuannya dalam menggabungkan berbagai unsur komunikasi. Materi berupa gambar bergerak dapat dipadukan dengan teks, narasi, dan audio sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya berupa penjelasan tertulis. Menurut Arsyad (2011) dalam Rosyidah (2024), video merupakan gabungan beberapa gambar yang tersusun dalam sejumlah frame dan diproyeksikan melalui media digital. Karakteristik tersebut memungkinkan aktivitas usaha yang berlangsung secara langsung dapat ditampilkan dalam bentuk visual. Dalam kegiatan ini, karakteristik video

dimanfaatkan untuk memperlihatkan kondisi dan aktivitas peternakan sehingga informasi yang disampaikan memiliki dukungan berupa dokumentasi visual.

Isi video company profile disusun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha. Observasi secara langsung memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melihat kondisi peternakan serta aktivitas yang dilakukan di lokasi. Sementara itu, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang tidak seluruhnya dapat diketahui hanya melalui pengamatan, seperti informasi mengenai profil usaha dan kegiatan yang dilakukan. Penggabungan kedua metode tersebut kemudian dilengkapi dengan dokumentasi visual. Proses ini membuat materi video tidak hanya berisi gambar, tetapi juga memiliki informasi yang berasal dari kondisi dan penjelasan mengenai usaha.

Dokumentasi visual menjadi bagian penting dalam penyusunan video karena aktivitas peternakan merupakan objek yang dapat ditampilkan secara langsung. Kondisi peternakan, kegiatan pemeliharaan, proses kegiatan usaha, dan produk yang dihasilkan dapat dijadikan materi visual untuk mendukung informasi yang disampaikan. Pengambilan dokumentasi dilakukan secara bertahap dengan menyesuaikan aktivitas dan kondisi di lokasi peternakan. Cara tersebut memungkinkan mahasiswa memperoleh materi yang sesuai dengan kegiatan usaha yang berlangsung, meskipun tidak seluruh aktivitas dapat didokumentasikan dalam satu waktu. Materi yang terkumpul kemudian menjadi dasar dalam proses seleksi dan penyusunan video.

Proses editing berperan dalam mengubah berbagai hasil dokumentasi menjadi media informasi yang memiliki alur penyampaian yang lebih sistematis. Materi visual yang telah dikumpulkan tidak langsung digunakan seluruhnya, tetapi terlebih dahulu diseleksi berdasarkan kesesuaiannya dengan informasi yang akan ditampilkan. Selanjutnya, gambar, teks, narasi, dan audio disusun agar memiliki keterkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya. Penyusunan tersebut bertujuan agar informasi mengenai usaha dapat dipahami secara berurutan, mulai dari pengenalan usaha hingga kegiatan dan produk yang dihasilkan. Dengan adanya proses editing, hasil dokumentasi dapat dikembangkan menjadi sebuah video company profile yang lebih terarah.

Keterlibatan pemilik usaha dalam proses pembuatan video juga menjadi bagian penting untuk menjaga kesesuaian informasi yang ditampilkan. Informasi mengenai usaha diperoleh secara langsung melalui wawancara, kemudian hasil penyusunannya dikomunikasikan kembali dengan pemilik usaha.



Koordinasi tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa profil, aktivitas, proses pemeliharaan, dan produk yang ditampilkan sesuai dengan kondisi usaha sebenarnya. Dengan demikian, video yang dihasilkan tidak hanya berdasarkan interpretasi mahasiswa terhadap hasil observasi, tetapi juga melalui pemeriksaan dari pihak yang menjalankan usaha. Proses ini mendukung penyusunan media informasi yang sesuai dengan kondisi usaha yang didokumentasikan.

Publikasi video melalui YouTube memberikan bentuk pemanfaatan lanjutan terhadap hasil kegiatan. Video yang telah selesai tidak hanya disimpan sebagai dokumentasi kegiatan KKNT, tetapi dipublikasikan melalui platform digital sehingga dapat diakses dan dibagikan kembali. Haryoko (2012) dalam Rosyidah (2024) menyatakan bahwa video profil dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan daerah, produk, maupun instansi tertentu. Dalam konteks usaha peternakan telur puyuh, video tersebut dapat digunakan untuk memperkenalkan profil usaha dan produk melalui media digital. Publikasi melalui YouTube juga memberikan alternatif bagi pemilik usaha untuk menggunakan kembali video tersebut dalam kegiatan pengenalan dan promosi sesuai dengan kebutuhan.

Pemanfaatan video company profile dalam kegiatan ini sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menggunakan video profil sebagai media informasi dan pengenalan suatu objek melalui teknologi digital. Rifki et al. (2025) menunjukkan bahwa video profil dapat dimanfaatkan sebagai media informasi sekaligus mendukung branding, sedangkan Fadillah et al. (2025) menjelaskan bahwa video profil dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pengenalan potensi secara digital. Dalam kegiatan pada usaha peternakan telur puyuh di Desa Citamba, pemanfaatan tersebut diwujudkan melalui penyusunan satu video yang menggabungkan profil usaha, aktivitas peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pembuatan video company profile dapat menyediakan media digital yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk mendukung dokumentasi, penyampaian informasi, dan pengenalan usaha kepada masyarakat. Namun, kegiatan ini belum melakukan pengukuran kuantitatif terhadap perubahan jumlah konsumen, penjualan, atau jangkauan promosi setelah video dipublikasikan, sehingga hasil kegiatan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan penjualan atau efektivitas promosi secara kuantitatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kegiatan pemanfaatan video company profile sebagai media informasi dan promosi pada usaha peternakan telur puyuh di Desa Citamba menghasilkan satu video yang memuat informasi mengenai profil usaha, kegiatan peternakan, proses pemeliharaan, dan produk yang dihasilkan. Pembuatan video dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan informasi melalui observasi dan wawancara, dokumentasi visual, seleksi dan penyusunan materi, proses editing, serta koordinasi dengan pemilik usaha untuk memastikan kesesuaian informasi yang ditampilkan. Video yang dihasilkan kemudian dipublikasikan melalui YouTube sehingga dapat digunakan sebagai media digital untuk memperkenalkan usaha peternakan telur puyuh kepada masyarakat dan calon konsumen.

Berdasarkan hasil kegiatan, video company profile dapat digunakan sebagai media informasi karena mampu menyajikan gambaran mengenai usaha dan aktivitas peternakan dalam bentuk audiovisual. Selain itu, publikasi melalui YouTube menjadikan video dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital yang dapat diakses dan dibagikan kembali. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan hasil berupa media digital yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk mendukung penyampaian informasi, dokumentasi, dan pengenalan usaha peternakan telur puyuh kepada masyarakat secara lebih luas.

5.2. Saran

Video company profile yang telah dibuat disarankan untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pemilik usaha sebagai media informasi dan promosi digital. Video dapat dibagikan melalui media sosial atau platform digital lainnya agar informasi mengenai usaha dan produk dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Pemilik usaha juga disarankan untuk melakukan pembaruan konten secara berkala sesuai dengan perkembangan kegiatan dan produk usaha. Untuk kegiatan selanjutnya, evaluasi terhadap penggunaan media digital dapat dilakukan untuk mengetahui jangkauan dan respons masyarakat terhadap konten yang telah dipublikasikan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada STIE Latifah Mubarakiyah yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKNT 03 Desa Citamba. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Citamba, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), pemilik usaha peternakan telur puyuh, serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, informasi, arahan,



dan kerja sama selama proses pelaksanaan kegiatan pembuatan video company profile. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota kelompok KKNT 03 Desa Citamba yang telah berkontribusi dan bekerja sama mulai dari tahap observasi, pengumpulan informasi, dokumentasi, proses editing, hingga penyelesaian kegiatan dan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. P. (2023). "Perancangan video profile sebagai media promosi UMKM Snack SS Nganjuk". *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 94–106.
- Arsyad, A. (2019). "Media pembelajaran". Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya, 2025. (2023). XVI.
- Budiarto, M., Bella, U., & Yuliana, N. (2018). "Media promosi dan informasi pada PT. Gardena Karya Anugrah berbentuk video company profile". *Journal CERITA*, 4(2), 217–227.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). "Digital marketing: Strategy, implementation and practice" (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). "Marketing 5.0: Technology for humanity". John Wiley & Sons.
- Pemerintah Kecamatan Ciawi. (2025). Infografis Kecamatan Ciawi. <https://ciawi.tasikmalayakab.go.id/profil/infografis>
- PROFIL DESA CITAMBA (1). (n.d.).