

Pendampingan Produksi Video *Service Excellence* RSIA Bina Medika, Tangerang Selatan

Muhammad Dicka Ma'arief Alyatalathaf, Altobeli Lobodally

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi
Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13220

Email: muhammad.alyatalathaf@kalbis.ac.id

Abstract: *Service Excellence is one of the most important elements for companies that engaged in service fields. Because, service excellence covers almost all processes in B2C (Business to Customer) relationships. In this PKM (Community Service), Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis collaborates with RSIA (Rumah Sakit Ibu dan Anak) Bina Medika, Bintaro, South Tangerang. In its service, RSIA Bina Medika has problems in terms of service excellence. RSIA Bina Medika does not yet have a strict and integrated standarization. Thus, this PKM aims to provide intensive assistance to partners in producing Service Excellence videos through three stages of assistance: pre-production, production, and post-production.*

Keywords: *service excellence, video production, rsia bina media*

Abstrak: *Pelayanan Prima merupakan salah satu elemen paling penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan. Pasalnya, pelayanan prima meliputi hampir seluruh proses dalam hubungan B2C (Business to Customer). Dalam PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) kali ini, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis bekerja sama dengan RSIA (Rumah Sakit Ibu dan Anak) Bina Medika, Bintaro, Tangerang Selatan. Dalam pelayanannya, RSIA Bina Medika memiliki kendala dalam hal pelayanan prima. RSIA Bina Medika belum memiliki standarisasi yang ketat dan terpadu. Dengan demikian, PKM ini bertujuan memberikan pendampingan secara intensif kepada mitra dalam memproduksi video Service Excellence melalui tiga tahap pendampingan: pra-produksi, produksi, pasca-produksi.*

Kata Kunci: *pelayanan prima, produksi video, rsia bina medika*

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang barang atau jasa tentunya selalu berusaha mengupayakan yang terbaik bagi pelanggannya. Produk yang berkualitas, harga yang ekonomis, jaminan garansi pengembalian atau perbaikan, hingga pelayanan yang prima. Hal-hal ini diberikan oleh perusahaan agar tingkat kepercayaan pelanggan dapat terus dipertahankan, bahkan meningkat. Dengan demikian, kesetiaan pelanggan pun dapat diraih sehingga keberlangsungan perusahaan terus terjaga.

Mengenai pelayanan prima atau sering juga disebut sebagai *Service Excellence* merupakan salah satu unsur paling awal yang berhubungan dengan pelanggan, khususnya bagi perusahaan

di bidang jasa. Mulai dari saat pelanggan datang, menanyakan kebutuhannya, mencari solusi atas masalah, proses pemberian jasa, pembayaran, saat pelanggan selesai transaksi, hingga klaim-klaim garansi pasca transaksi. Dengan demikian, *service excellence* bahkan mencakup hampir seluruh proses hubungan B2C (*business to customer*). Menurut Johnston (dalam Rismayanti & Hurriyati, 2017: 106), *service excellence* merupakan langkah pertama untuk membantu para pemasar dan manajer dalam memberikan suatu jasa. Artinya, saat ingin berhubungan dengan pelanggan, baiknya mengikuti langkah-langkah *service excellence*. Tujuannya, agar pelanggan puas atas arahan atau prosedur yang diberikan.

Selain itu, *service excellence* juga berfungsi sebagai nilai yang besar yang mampu

membedakan pelayanan jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan pesaing lain. Poin pembedanya adalah kriteria seleksi pelanggan dengan menarik pelanggan baru dan membangun hubungan jangka panjang yang efektif dengan mereka. Hal ini berpotensi menyebabkan perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif yang cukup kontras (Rismayanti & Hurriyati, 2017: 106).

Dalam PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) kali ini, Kalbis Institute bekerja sama dengan RSIA (Rumah Sakit Ibu dan Anak) Bina Medika, Bintaro, Tangerang Selatan. Dalam pelayanannya, RSIA Bina Medika memiliki kendala dalam hal *service excellence*. RSIA Bina Medika belum memiliki standarisasi *service excellence* yang ketat dan terpadu. Hal ini pun berpengaruh pada penerapan pelayanan seluruh staf ke pelanggan, dan berdampak pada penurunan kepercayaan pelanggan terhadap RSIA Bina Medika.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermaksud untuk memberikan pelatihan dan materi mengenai production plan sebelum membuat sebuah video, yang dimulai dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

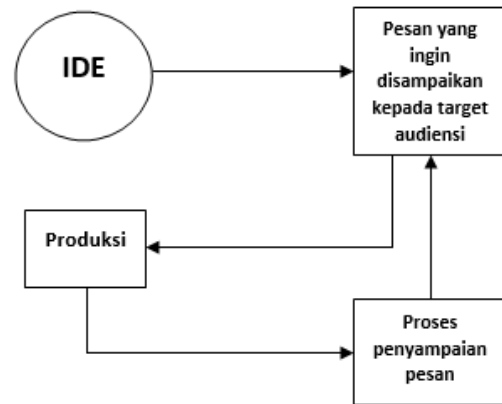
Untuk mencapai hal tersebut, maka materi mengenai production plan dibagi ke dalam tiga tahap, yakni tahap pertama pra-produksi yang mencakup bagaimana menentukan ide dan konsep, pembuatan proposal, penyusunan ide menjadi script, dasar-dasar casting, hingga penentuan set design.

Tahap kedua adalah tahap produksi yang mencakup materi mengenai rehearseal, studio rehearseal, recording/taping/shooting. Kemudian dilanjutkan dengan tahap akhir yakni pasca-produksi yang mencakup editing video offline, editing online. Ketiganya merupakan materi secara teoritis, sedangkan praktiknya dilakukan oleh tim media RSIA Bina Medika.

A. Ide dan Konsep

Setiap jenis video yang akan disajikan kepada penonton harus diawali dengan ide atau konsep. Tahap ini terlihat mudah, namun mengolah ide menjadi suatu program merupakan pekerjaan yang kompleks. Sudah banyak studi

yang membicarakan mengenai bagaimana mencari ide untuk suatu program, namun tidak ada formula khusus untuk menjamin sebuah ide dieksekusi dengan maksimal. Selalu ada special case dalam tiap penyusunan ide (Fachruddin, 2014: 2).



Gambar 1 Production Model (Fachruddin, 2014: 3)

Setiap produser atau sutradara harus mencari sendiri ide atau konsep untuk video yang akan ia buat. Semakin kreatif ide yang diangkat, semakin banyak audiens yang menonton juga. Tidak hanya itu, secanggih apapun ide yang ia miliki, jika belum dikonversikan ke dalam sebuah tulisan maka ide itu dianggap belum ada. Ketika ide tersebut sudah dituangkan, minimal dalam bentuk tulisan (*script/proposal/notes*), barulah ide tersebut dapat mulai diakui keberadaannya (Fachruddin, 2014: 3).

Setelah ide tersebut dituangkan ke atas kertas, maka produser dapat masuk ke fase berikutnya, yaitu bagaimana mengorganisir ide tersebut untuk dituliskan secara terstruktur dan formal ke dalam sebuah proposal.

B. Proposal

Setelah mendapatkan kejelasan ide, maka tuntutan selanjutnya adalah mengemukakan ide tersebut menjadi sebuah kerangka terstruktur yang dapat diimajikan. Maka, langkah selanjutnya adalah membuat proposal. Sebuah ide yang akan diproduksi menjadi sebuah video harus memiliki beberapa informasi penting yang akan memudahkan produser atau sutradara saat melakukan presentasi terhadap program tersebut.

Informasi penting yang dimaksud antara lain:

- 1) Judul program: judul acara, harus seingkat mungkin dan mudah diingat;
- 2) Objektif/tujuan: harus dijelaskan secara singkat, akurat, efektif, mengapa video anda harus diproduksi;
- 3) Target audiens: tetapkan sasaran audiens anda, apakah untuk orang dewasa, remaja, anak kecil, laki-laki, perempuan, dll.;
- 4) Format video: apakah anda akan memproduksi video baru, atau meneruskan video sebelumnya, atau *remake* video lama;
- 5) *Treatment/angle/synopsis*: narasi singkat tentang video yang akan diproduksi, termasuk *story board*, hingga *angle* pengambilan gambar;
- 6) Metode produksi/sistem produksi: penjelasan apakah akan menggunakan *single cam*, *multi cam*, *jimmy jib*, dst.;
- 7) Perkiraan biaya: tetapkan biaya produksi anda mengacu pada data terakhir kebutuhan alat produksi, *talent*, *crew*, dll. (Facruddin, 2014: 4).

C. Script

Script dapat berisikan *outline* yang mencakup apa yang harus dilakukan oleh *talent*/pengisi acara, fasilitas/properti yang digunakan, *angle*

kamera, set lokasi *shooting*, dll. Dalam sebuah *full script* terdiri atas tiga jenis/bagian, antara lain:

- 1) *Preliminary script/draft/outline*: digunakan sebagai bahan untuk menjabarkan ide yang diinginkan untuk selanjutnya dikembangkan sesuai kebutuhan.
- 2) *Rehearseal script*: digunakan untuk persiapan di studio ketika mulai latihan. Dalam skrip atau naskah ini sudah tercantum secara detail tentang *setting*, karakter, *sequence/scene*, dialog, dan adegan.
- 3) *Camera script*: sebuah skrip yang sudah mengalami revisi, terdiri dari *angle* kamera dan audio *cue*, transisi, komposisi, perubahan set, dll. (Facruddin, 2014:12).

D. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan RSIA Bina Medika Bintaro dengan materi pendampingan produksi video *service excellence* dilaksanakan pada hari Selasa, 23 November 2021 pukul 10.00 – 16.00 WIB. Materi disampaikan secara *offline* di aula RSIA Bina Medika Bintaro, sehingga penyampaian materi lebih efektif dan interaktif.



Gambar 2 Penyampaian Materi PKM

Pembicara dari materi pendampingan produksi video *service excellence* ini adalah Kaprodi Ilmu Komunikasi Altobeli Lobodally, S.Sos., M.I.Kom., dan dosen tetap Kalbis Institute Muhammad Dicka Ma'arief Alyatalathaf, S.I.Kom., M.I.Kom. Materi

dibuka oleh Muhammad Dicka yang membahas mengenai *production plan*, yang bertujuan memberikan pemahaman mengenai dasar-dasar produksi video.

Production plan dimulai dengan tahap pra-produksi, yang di dalamnya faktor paling krusial

adalah pembuatan ide atau konsep dan dituangkan menjadi sebuah *script*. Oleh karena itu, para peserta diminta untuk berkumpul membentuk kelompok-kelompok kecil sesuai divisi kerjanya masing-masing dan melakukan *brainstorming* mengenai konsep dan muatan materi yang akan dituangkan dalam *script*.



Gambar 3 Peserta Melakukan Brainstorming

Materi kemudian dilanjutkan oleh Altobeli yang membahas mengenai *talent* dan *casting*, agar saat tim produksi video RSIA Bina Medika Bintaro memilih *talent* dapat dilakukan secara lebih profesional.



Gambar 4 Interaksi Pemateri dengan Mitra

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM Kalbis Institute bekerja sama dengan RSIA Bina Medika, Bintaro dilaksanakan karena dalam pelayanannya, RSIA Bina Medika memiliki kendala dalam hal *service excellence*. RSIA Bina Medika belum

memiliki standarisasi *service excellence* yang ketat dan terpadu. Hal ini pun berpengaruh pada penerapan pelayanan seluruh staf ke pelanggan, dan berdampak pada penurunan kepercayaan pelanggan ataupun pasien.

Berangkat dari masalah tersebut, Kalbis Institute pun memberikan pelatihan yang diharapkan mampu mendorong meningkatnya kualitas *service excellence* dari setiap staf dan karyawan RSIA Bina Medika melalui video *service excellence*. Kegiatan PKM ini dilakukan secara bertahap dengan jangka waktu yang cukup panjang.

IV. SIMPULAN

Melalui kegiatan PKM ini, beberapa kemampuan yang didapatkan oleh staf dan karyawan RSIA Bina Medika Bintaro selaku mitra PKM antara lain memahami dasar-dasar *production plan*, yang di dalamnya mencakup pra-produksi, produksi dan pasca-produksi video. Kemudian bagaimana menentukan ide atau konsep sebuah video, lalu belajar menuangkan ide-ide tersebut dan dikonversi menjadi sebuah *script* yang siap untuk diproduksi.

V. DAFTAR RUJUKAN

- Alyatalatthaf, MDM. (2022). Pembekalan Keterampilan Mobile Video Editing Menggunakan Kinemaster untuk Siswasiswi SMAK Penabur Summarecon Bekasi. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 15-19.
- Alyatalatthaf, MDM. (2021) Smartphone Photography Sebagai Media Promosi Pariwisata di Kampung Paniis, Pandeglang, Banten. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2), 25-29.
- Artanto, H., Nurdianyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (Jointecs)*, 1 (2), 1-4.
- Baskoro, Sandy. (2021, Mei 22). "Ini 5 youtuber Indonesia dengan perkiraan penghasilan tertinggi Mei 2021." *Lifestyle.kontan.co.id*. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/ini-5-youtuber-indonesia-dengan-perkiraan->

- penghasilan-tertinggi-mei-2021?page=all , diakses pada 25 Mei 2021, pukul 13.24 WIB.
- Calvert, Jane. (2006). What's Special about Basic Research. *Science, Technology & Human Values* 31 (2), 199-220. http://sciencepolicy.colorado.edu/students/e_nvs_5100/calvert_2006_2.pdf
- Chillakuri, Bharat. (2020). Understanding Generation Z Expectations for Effective Onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 7, 1277-1296. <https://doi.org/10.1108/jocm-02-2020-0058>
- Choi, Woojin., Lee, Yuri. (2019). Effects of Fashion Vlogger Attributes on Product Attitude and Content Sharing. *Fashion and Textiles* 6 (6), 1-18.
- CNBC Indonesia. (2020, Juni 29). "Cara Melihat dan Menghitung Gaji Youtuber." *Cnbcindonesia.com*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/2020/629123602-37-168734/cara-melihat-dan-menghitung-gaji-youtuber/2> , diakses pada 2 Juni 2021, pukul 14.35 WIB.
- Coopman, S.J., Lull, J. (2018). *Public Speaking: The Evolving Art*. Boston: Cengage Learning.
- Fraleigh, D.M., Tuman, J.S. (2017). *Speak Up! An Illustrated Guide to Public Speaking*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Hermawan, Daniel. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *Media, Communication, and Sociology (COMICOS)* 2018. <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7824>
- Integrated Publishing. (2022, Maret 7). *Photographic Composition. Draftingmanuals.tpub.com*. <https://draftingmanuals.tpub.com/14276/css/Viewpoint-And-Camera-Angle-Content-42.htm>, diakses pada 7 Maret 2022, pukul 13.59 WIB.
- Kroon, R.W. (2010). *A/V A to Z: An Encyclopedic Dictionary of Media, Entertainment and Other Audiovisual Terms*. US: McFarland & Company Inc. Publishers.
- Maretha, Chintya. (2021, Maret 25). *Besaran Gaji Youtuber Indonesia dan bagaimana Cara Menghasilkannya*. *Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/gaji-youtuber-indonesia/#.YKYrwagzaHs>, diakses pada 28 Mei 2021, pukul 10.33 WIB.
- Millerstone, Gerrard. (2009). *Television Production*. US: Focal Press.
- Prestianta, Albertus Magnus. (2021). Mapping the ASEAN Youtube Uploaders. *Jurnal ASPIKOM* 6 (1), 1-12. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/761/242>
- Roztock, Narcyz., Soja, Piotr., Weistroffer, H.R. (2019). The Role of Information and Communication Technologies in Socioeconomic Development: Towards a Multi-dimensional Framework. *Information Technology for Development*, 25 (2), 171-183. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02681102.2019.1596654?needAccess=true>
- Saputra, Rendra. (2020, Juni 3). "Berapa gaji youtuber pemula jika videonya ditonton 500 kali." *Hops.id*. <https://www.hops.id/berapa-gaji-youtuber-pemula-jika-videonya-ditonton-500-kali/> , diakses pada 25 Mei 2021, pukul 13.36 WIB.
- Shenoy, A., Prabhu, A. (2016). *Introducing SEO: Your Quick-start Guide to Effective SEO Practices*. California: Apress Media, LLC.
- Sheoran, Sudhir. (2020, November 15). *8 Video Sharing Sites to Make Money by Uploading Videos*. *Incomopedia*. <https://incomopedia.com/get-paid-for-videos/> , diakses pada 28 Mei 2021, pukul 10.59 WIB
- Sitorus, C.P., Simbolon, B.R. (2019). Penerapan Angle Camera dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita di Metro TV Biro Medan. *Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4 (2), 137-150. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/345>
- Yudha, Reza Praditya. (2020). *Atta Halilintar: Agen Strukturasi Karir Generasi-Z*. *Jurnal Lontar* 8 (2), 1-9. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/1598/1551>