

Pembuatan Video Testimoni Dalam Bahasa Jepang Sebagai Media Promosi Lembaga Pelatihan Kerja Rekadaya Karsa Utama (LPK REKATAMA) Sidoarjo

Moh. Faizal Fuad Aziz ¹

Izza Fauziyah ²

Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat video testimoni dalam bahasa Jepang sebagai media promosi LPK Rekatama. Video testimoni ini menggunakan terjemahan dua bahasa yaitu bahasa Jepang-bahasa Indonesia dan bahasa Indonesia-bahasa Jepang. Penelitian menggunakan metode dekskriptif kualitatif yaitu mendeksripsikan proses pembuatan video testimoni LPK Rekatama. Pembuatan video ini melalui tiga proses tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Hasil dari penelitian ini berupa video testimoni dalam bahasa Jepang sebagai media promosi LPK Rekatama Sidoarjo berdurasi 5 menit dan dipublikasikan di media sosial *Instagram* TV LPK Rekatama. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pembuatan video testimoni lanjutan mengenai media promosi LPK Rekatama lainnya seperti *company profile*, *banner*, brosur dan media promosi lainnya.

Kata Kunci : *Video; Testimoni; Bahasa Jepang; Promosi*

Abstract

The purpose of this study is to make testimonial videos in Japanese as a promotional medium for LPK Rekatama. These videos use two-language translations: Japanese-Indonesian and Indonesian-Japanese. This study used a qualitative descriptive method to describe the process of making the testimonial videos for LPK Rekatama. There were three stages in making these videos: pre-production, production, and post-production. The results of this study were in the form of testimonial videos in Japanese as a promotional medium for LPK Rekatama which lasted for 5 minutes and was published on social media, that was Instagram TV LPK Rekatama. The results of this study can be used as a reference for the production of advanced testimonial videos about other LPK Rekatama promotional media such as company profiles, banners, brochures, and other promotional media.

Keyword : *Video; Testimonial; Japanese; Promotional*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi *gadget* memudahkan masyarakat mengakses media sosial yang digunakan untuk mencari berbagai informasi dari berbagai sumber. Menurut Suryani (2014) media sosial dapat dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan hingga promosi produk atau jasa. Media sosial bermanfaat untuk meningkatkan penjualan, salah satunya melalui video testimoni yang di unggah ke *platform* media sosial sebagai bentuk promosi perusahaan. Testimoni merupakan bentuk *feedback* yang diberikan terhadap perusahaan yang tentunya bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan hingga menjadi bahan iklan untuk produk atau jasa.

Media promosi *online* merupakan hal yang tepat untuk memasarkan produk kepada konsumen, mengingat perkembangan teknologi yang berkembang pesat pada saat ini. Semua aktivitas masyarakat dapat dilakukan melalui media *online*, mulai dari aktivitas sehari-hari hingga pembelian suatu produk. Oleh karena itu, para pengusaha melakukan kegiatan pemasaran *online* untuk efisiensi waktu dan bisa menjangkau wilayah yang lebih luas. Banyak konten

berbentuk video yang di berbagai macam *platform*. Salah satunya di *Instagram* dan *Tiktok* yang sering dikunjungi oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, para pengusaha memanfaatkan *platform Instagram* untuk memasarkan produknya dengan berbagai metode.

Menurut Ridwan (2019), era modern ini konsumen dipengaruhi oleh sebuah stimulus berupa testimoni pada media sosial. Kemudian testimoni dari media sosial dapat memperlihatkan perilaku konsumen dengan unsur-unsurnya. Oleh karena itu, dengan adanya video testimoni diharapkan masyarakat dapat menjadi lebih percaya dengan produk atau layanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan. Berkaitan dengan hal itu, pendapat-pendapat pelanggan terhadap perusahaan sangat penting. Bukan hanya menambah kepercayaan masyarakat saja, tetapi juga menjadi masukan bagi perusahaan untuk perbaikan ke depannya.

Penelitian tentang pembuatan video testimoni dalam bahasa Jepang untuk media promosi di LPK Rekadaya Karsa Utama (Rekatama) ini penting dilakukan karena bisa merekrut siswa baru yang akan mengikuti pelatihan bahasa Jepang dan memberi informasi terkait proses sebelum magang atau kerja ke Jepang. Ada beberapa penelitian mengenai pembuatan video testimoni, diantaranya oleh Yusron (2020) dalam pengantar tugas akhirnya yang berjudul “Perancangan Video Testimoni PT Pakuwon Jati TBK untuk Media Instagram guna Menumbuhkan *Brand Loyalty*” yang mengungkapkan bahwa video testimoni PT Pakuwon Jati TBK ini mampu menumbuhkan brand loyalty pada perusahaan. Sementara itu penelitian oleh Zaki & Pratama (2020) dalam jurnalnya yang berjudul “Perancangan Video Testimoni Pemasangan *Compact Mobile Base Station* di Rumah Sakit Khusus Infeksi Covid-19 Pulau Galang Kota Batam Untuk Perusahaan PT Telekomunikasi Selular Branch Batam” menemukan bahwa dengan adanya video testimoni tersebut akan membantu memberitahukan kepada masyarakat luas tentang kondisi sinyal yang telah difasilitasi oleh PT. Telekomunikasi Seluler *Branch* Batam.

Berbeda dengan penelitian-penelitian di atas, penelitian ini berfokus pada pengkajian tentang pembuatan video testimoni menggunakan bahasa Jepang sebagai media promosi. Dalam penelitian ini video testimoni akan terdapat pernyataan atau pesan dari siswa dan alumni yang telah melakukan kegiatan pelatihan di LPK Rekatama sekaligus kalimat ajakan untuk menunjang promosi.

Dengan meneliti tentang pembuatan video testimoni dalam bahasa Jepang untuk media promosi, diharapkan dapat diperoleh gambaran baru mengenai cara pemilihan kata bahasa Jepang yang tepat untuk meyakinkan pembaca atau calon *customer*. Selain itu akan diperoleh metode efektif dan efisien cara membuat video untuk dipromosikan di media sosial.

2. Kajian teori

A. Pembuatan Video

Merancang sebuah video yang akan dibuat, akan lebih baik jika terdapat suatu perencanaan yang dibuat. Perencanaan memberikan gambaran video yang akan dibuat dan dilakukan pembuatannya. Sehingga pembuatan video dapat berjalan dengan lancar dan informasi yang disampaikan dalam video dapat tersampaikan dengan baik. Menurut Ariatmanto (2020) Tahapan-tahapan produksi video ada tiga yaitu : Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap perencanaan yang bertujuan untuk mempersiapkan segala proses produksinya dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan video seperti yang diharapkan.

- a. Ide atau Konsep adalah rancangan yang tersusun dalam pikiran yang akan diwujudkan menjadi sebuah video.
- b. *Storyboard* adalah sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai rancangan yang dibuat untuk memvisualisasikan ide yang telah dirancang.

2. Produksi

Tahap ini adalah tahapan dimana proses pengambilan video berlangsung dan merealisasikan visualisasi rancangan yang telah dibuat pada *storyboard*.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahapan proses penyusunan dan penggabungan hasil video yang telah diproduksi pada tahap produksi.

a. Editing

Tahap ini merupakan tahap untuk menggabungkan video yang sudah disesuaikan dengan rencana naskah atau *storyboard* yang dibuat.

b. Rendering

Proses menggabungkan hasil editing menjadi sebuah file video yang terdistribusi dimana dalam proses untuk menentukan kualitas, kapasitas dan format dari proses editing harus tepat.

B. Testimoni

Menurut Kenneth Roman dan Jane Maas (2005) mengategorikan iklan testimoni menjadi 3 jenis berdasarkan pemberi kesaksian yaitu :

1. *Celebrity Endorsment* adalah orang yang terkenal dapat berupa bintang film atau artis, publik figur atau tokoh pemerintahan atau bisnis.
2. *Endorsment by expert* adalah orang-orang yang dianggap ahli terhadap produk atau hal-hal yang berhubungan dengan produk. Seperti dokter, dokter gigi, koki ataupun pengacara.
3. *Testimonials by ordinary people* atau orang biasa adalah menampilkan orang yang tidak dikenal umum, tetapi merupakan pengguna atau telah berpengalaman menggunakan produk yang ditampilkan dalam iklan.

Pada penelitian ini kategori *Testimonial by ordinary people* atau orang biasa yang akan menjadi subjek penelitian dalam pembuatan video testimoni ini, yaitu satu siswa dan dua alumni yang telah menempuh masa pelatihan di LPK Rekatama.

C. Media Promosi

Setiap perusahaan memiliki banyak aktivitas yang dapat dilakukan tidak hanya menghasilkan dan menjual suatu produk atau jasa tetapi banyak aktivitas lainnya yang tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan. Salah satunya yaitu kegiatan promosi yang merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa perusahaan.

Menurut Abdillah, Adhiguna dan Sevtiana (2017) dalam jurnalnya media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pada penelitian ini media promosi melalui video yang akan diunggah pada media sosial Instagram TV LPK Rekatama diharapkan dapat menyampaikan pesan yang informatif kepada calon siswa ataupun masyarakat umum yang sedang mencari informasi tentang proses sebelum magang atau kerja ke Jepang.

D. Penerjemahan

Menurut Frans Sayogie (2014:74) metode penerjemahan komunikatif merupakan metode yang lebih cenderung pada bahasa sasaran (Bsa). Metode penerjemahan ini berusaha menghasilkan makna kontekstual bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran, sehingga pembaca dapat memahami isi makna bahasa sumber (Bsu) dan bahasa sasarannya dapat berterima. Dalam penelitian ini terdapat 2 bahasa yang diterjemahkan yaitu bahasa Indonesia – bahasa Jepang dan bahasa Jepang – bahasa Indonesia dengan menggunakan ragam bahasa sopan Bahasa Jepang (*teineigo*) dan Bahasa Indonesia. Metod penerjemahan yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penerjemahan komunikatif yang merupakan metode penerjemahan yang berupaya menghasilkan makna kontekstual Bsu yang mendekati Bsa, sehingga isi serta bahasanya bisa diterima serta dimengerti oleh pembaca Bsa.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deksriptif kualitatif untuk menerjemahkan data yang berkaitan dengan keadaan sosial, koneksi antar variabel yang terjadi serta munculnya fakta yang ada serta akibatnya kepada lingkungan dan sebagainya. Selain itu, penelitian deksriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Salah satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini akan digambarkan mengenai penerjemahan testimoni di LPK Rekatama menggunakan bahasa Jepang sebagai media informasi.

Data dalam penelitian ini berupa informasi-informasi mengenai pelatihan Bahasa Jepang di LPK Rekatama dan proses sebelum magang dan kerja ke Jepang yang didapat dari wawancara dua orang alumni dan satu siswa yang sedang proses pelatihan bahasa Jepang.

A. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bagian terpenting dari suatu penelitian, karena dengan data peneliti dapat mengetahui hasil dari penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kepustakaan (*Literatur*)

Teknik ini dilakukan untuk menelusuri kepustakaan yang berisi tentang teori-teori dari karya ilmiah maupun jurnal sebagai penunjang penelitian video testimoni di LPK Rekatama dalam Bahasa Jepang.

b. Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. maksudnya adalah mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh siswa sebagai sumber data tentang testimoni di LPK Rekatama.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap hasil interview. Data tersebut berupa testimoni atau *feedback* yang diberikan oleh siswa dan alumni terhadap LPK Rekatama. Kemudian, dilakukan penerjemahan dalam bahasa Indonesia-bahasa Jepang dan bahasa Jepang-bahasa Indonesia melalui hasil *interview*.

B. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/Verification*.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari rekaman video *interview* dengan siswa dan alumni masih diperlukan penyempurnaan. Oleh karena itu dapat dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Setelah direduksi, maka tahap selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data agar memiliki visibilitas yang lebih jelas. Penyajian data yang dimaksud di sini menggunakan table hasil *interview* dalam bahasa Jepang. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah untuk dipahami.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik kesimpulan)

Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

4. Hasil dan Pembahasan

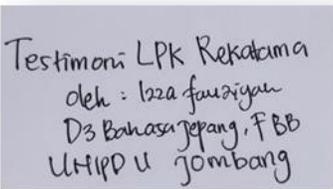
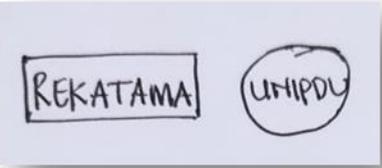
A. Pra Produksi

1) Ide konsep

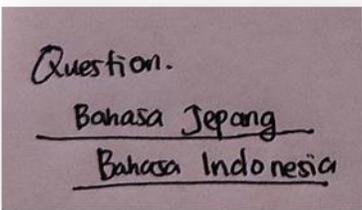
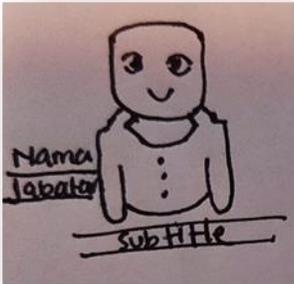
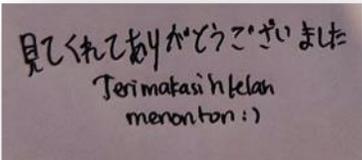
LPK Rekadaya Karsa Utama merupakan Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) yang telah memiliki *SO Sending Organization*. Oleh karena itu, dengan adanya video promosi dapat memberikan rekomendasi terkait LPK kepada calon siswa yang berniat untuk magang atau kerja ke Jepang.

2) *Storyboard*

Setelah menemukan ide konsep rancangan selanjutnya yaitu *storyboard* untuk memvisualisasikan ide atau gambaran yang akan dihasilkan. Berikut hal-hal yang akan dimasukkan di dalam video testimoni LPK Rekatama.

No	Sketsa Gambar	Dekskripsi
1		<i>Scene</i> pertama diawali dengan judul video. Dengan judul “Testimoni LPK Rekadaya Karsa Utama” dan identitas produser video. Dimulai dari durasi 00.00 sampai 00.05
2		<i>Scene</i> kedua yaitu menampilkan logo LPK Rekatama dan UNIPDU. Dimulai dari durasi 00.05 sampai 00.10.

No	Bahasa Indonesia	Bahasa Jepang
----	------------------	---------------

3		<p>Scene ketiga yaitu menampilkan tulisan yang memuat pertanyaan untuk narasumber. Dimulai dari durasi 00.10 sampai 00. 15.</p>
4		<p>Scene keempat yaitu menampilkan tiga narasumber yang menjawab pertanyaan. Scene selanjutnya mengulang poin nomor 3 dan nomor 4 yaitu pertanyaan dan jawaban narasumber yang ditampilkan.</p>
5		<p>Scene terakhir ucapan terimakasih telah menonton video testimoni. Dimulai dari durasi 05.52 sampai 05.59.</p>

Tabel 4.1 Storyboard pembuatan pra produksi

B. Produksi

Dalam tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap pra produksi, proses yang dilakukan yaitu melakukan pengambilan gambar untuk merealisasikan tahapan sebelumnya. Pengambilan gambar pada video testimoni tidak harus dilakukan secara berurutan. Pengambilan gambar harus dilakukan berulang kali untuk meminimalisir terjadinya kerusakan file pada saat proses editing.

1. Penerjemahan Teks

Pada tahap ini dilakukan penerjemahan hasil wawancara yang telah dilakukan. Kemudian hasil teks yang telah diterjemahkan divalidasi oleh ahli bahasa Jepang (*Native*) untuk membuktikan hasil teks wawancara layak digunakan atau membutuhkan revisi untuk memperoleh hasil yang diinginkan.

1	Mengapa anda memilih LPK Rekatama sebagai tempat belajar Bahasa Jepang?	あなたは どうして LPK Rekatama を日本語学習の場に選んだのですか。
2	Kapan Anda memulai belajar Bahasa Jepang?	あなたはいつ日本語の勉強を始まりましたか。
3	Bagaimana menurut anda tentang pembelajaran yang ada di LPK Rekatama?	あなたは LPK Rekatama での学習についてどう考えますか。
4	Apa saja hasil yang anda peroleh setelah belajar Bahasa Jepang di LPK Rekatama	LPK Rekatama で勉強をして得られたことは何ですか。
5	Siapa yang merekomendasikan LPK Rekatama ini kepada anda?	誰があなたに LPK Rekatama をおすすめしたのですか。
6	Apakah anda merekomendasikan LPK Rekatama? Jika Iya, berikan alasannya.	あなたは LPK Rekatama をおすすめしますか。おすすめする場合は、その理由を教えてください。
7	Diperusahaan mana anda mendapat pekerjaan atau magang?	どこの会社で仕事やインターンをする機会を得ましたか。
8	Saran, komentar dan masukan yang ingin anda tambahkan berkaitan dengan LPK Rekatama?	LPK Rekatama について追加したい提案や意見はありますか。
9	3 Kata Untuk LPK Rekatama	LPK Rekatama を表現する言葉を3つ挙げて下さい。

Tabel 4.2 Teks pertanyaan wawancara narasumber siswa dan alumni

Nama : Dwi Fudiyasika
 Status : Alumni LPK Rekatama tahun 2015

No	Jawaban Narasumber dalam bahasa Jepang	Terjemahan bahasa Indonesia
1	そうですね、仕事する時会社の友達が日本から帰って来ました。そして、日本の色々言っ、そしてその人は Rekatama におすすめしました。	Saat saya masih berkerja di perusahaan PT Aweco teman saya pulang dari jepang. Lalu teman saya banyak bercerita tentang Jepang sehingga teman saya merekomendasikan ke LPK Rekatama.
2	それは、2016年ぐらいです。	Kira-kira pada tahun 2016.

3	ああ、Rekatama ですね。ここは毎日日本語 を勉強する時は教え方はとても楽しいです。	Rekatama yaa.. Saat saya belajar bahasa jepang di sini, cara pengajarannya sangat menyenangkan.
4	うん。ここで勉強してからひらがなとか、カタ カナとか、書くこととか出来るし漢字も読み 方も、そして、日本の文化もわからようになり ました。	Setelah belajar di sini, saya jadi bisa menulis hiragana dan katakana. Bahkan bisa membaca kanji. Lalu saya juga menjadi paham budaya jepang.
5	この Rekatama の日本語学校は会社の 友達がおすすめしてもらいました。	Saya mendapatkan rekomendasi LPK Rekatama dari teman perusahaan saya.
6	うん！もちろん、この LPK Rekatama はとて もおすすめになりました。なぜなら、ここはです ね。日本語を勉強しながら仕事することも 出来ます。夜のクラスがありますから	Iya! Tentu saja, LPK Rekatama ini sangat direkomendasikan. Karena ada kelas malamnya, orang-orang bisa belajar bahasa jepang sambil berkerja.
7	会社の名前は稽古産業です	Nama perusahaannya KEIKO-SANGYO.
8	ここはですね 楽しい教え方使いやすい 日本語教えてもらって欲しいです。	Di sini cara mengajarnya menyenangkan. Saya ingin mendapatkan pengajaran bahasa jepang yang mudah dipahami.
9	楽しい、明るい、頑張る	Menyenangkan, Riang dan Bersemangat
10	日本語を勉強したいあなたへそして、日本に 仕事したいあなたへぜひこの Rekatama 学校で入りましょう！	Bagi anda yang ingin belajar bahasa jepang dan yang ingin berkerja di jepang. Ayo bergabung di LPK Rekatama.

Tabel 4.3 Teks jawaban narasumber 1 dari hasil wawancara

Nama : Hadi
Jabatan : Alumni LPK Rekatama Karsa Utama 2015

No	Jawaban Narasumber dalam bahasa Jepang	Terjemahan bahasa Indonesia
----	--	-----------------------------

1	Rekatama で友達がたくさんいますから	Karena saya punya banyak teman di Rekatama.
2	2016年から勉強しました。	Belajar dari tahun 2016.
3	日本語は難しいですけど、先生のおかげで日本語が面白くなります。	Meskipun bahasa jepang sulit, berkat guru saya bahasa jepang menjadi menyenangkan.
4	Rekatama で勉強した後で、日常会話が出来ます。	Setelah belajar di LPK Rekatama, saya bisa berbicara percakapan sehari-hari dalam bahasa jepang.
5	友達と高校生の先生から推薦しました。	Saya direkomendasikan oleh teman dan guru SMA saya.
6	はい、SO持っているしこの学校は私の家族と同じです。	Iya, karena LPK Rekatama memiliki SO (Sending Organization), dan LPK Rekatama sudah seperti keluarga saya sendiri.
7	2017年から2020年まで株式会社サンロード	dari tahun 2017 sampai 2020 di PT Sanroad.
8	溶接の仕事以外あったら、いいですね。例えば、介護とか	Lebih bagus kalau ada pekerjaan selain pengelasan, contohnya perawat.
9	元気、負けん気、やる気	Bersehat, Pantang Menyerah, Motivasi
10	日本で未来追いかけて皆さん Rekatama で勉強しましょう！	Ayo raih mimpimu ke jepang dengan belajar di LPK Rekatama

Tabel 4.4 Teks jawaban narasumber 2 dari hasil wawancara

Nama : Edy Sujatmiko
 Jabatan : Siswa LPK Rekadaya Karsa Utama 2021

No	Jawaban Narasumber dalam bahasa Indonesia	Terjemahan dalam Bahasa Jepang
1	Di LPK Rekatama ini sudah memiliki SO, biaya murah, terjamin dan terbukti fasilitas yang memadai.	LPK Rekatama には SO があるし、費用が安いし、十分な施設が保証されています。

2	Saya mulai belajar bahasa jepang di sini bulan September 2020.	LPK Rekatama で日本語を勉強し始めたのは2020年の9月からです。
3	Pembelajarannya cukup efisien. Karena, misalkan menerangkan itu kalo tidak faham diajari sampai faham. Seperti orangtua mengayomi anaknya sendiri.	LPK Rekatama での学習は非常に効果的でした。例えば、理解できないことがあった時、LPK Rekatama では親が子どもを育てる時のように、理解できるまで教えてくれました。
4	Tentu lebih disiplin. Dulu tidak bisa bahasa jepang sekarang sedikit demi sedikit bisa bahasa jepang. Kemudian dibagian keagamaan, saya rajin beribadah sholat 5 Waktu.	もちろん、より規律正しくなります。以前は日本語ができませんでしたが、今は少しずつ日本語ができるようになりました。宗教の面でも、1日5回のお祈りを熱心にするようになりました。
5	Yang merekomendasikan LPK Rekatama sangat banyak. Salah satunya, teman saya yang sekarang sudah berada di jepang.	LPK Rekatama をおすすめする人はたくさんいます。そのうちの一人が、今日本に住んでいる私の友達です。
6	Pasti Iya, Karena memiliki SO dan biaya murah terbukti dan terjamin.	はい、もちろんです。なぜならSOがあり、費用が安く、実績と保証があるからです。
7	Di kyoudou bagian welding atau pengelasan	きょうどうで溶接
8	Untuk menambahkan job seperti Perternakan, Pertanian, pengepakan, dan perawat.	ぼくちくぎょう のうぎょう ほうそう かいご があれば良いと思います。
9	Murah, disiplin, terbukti.	やすく、規律正しくて、保証されている。
10	Ayo kawan-kawan jika memiliki niat dan ingin magang ke jepang. Marilah bergabung bersama LPK Rekatama.	もくひょう があり、日本で研修をしたい皆さん、ぜひ LPK Rekatama で勉強しましょう。

Tabel 4.5 Teks jawaban narasumber 3 dari hasil wawancara

C. Pasca produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap akhir proses editing video dilakukan. Dalam proses pasca produksi ada 2 tahapan pengolahan video yaitu editing dan rendering.

1. *Editing*

Editing merupakan proses pengeditan file video dalam *software*. Dimulai dengan proses pemilihan video mengimpor file ke Adobe Premier Pro cc 2020. Kemudian dilakukan peninjauan dan penyusunan video guna mendapatkan hasil video yang telah dirancang pada *storyboard*.

Selanjutnya yaitu proses penambahan *subtitle* ke dalam video dengan cara menambahkan teks *subtittle* yang telah divalidasi oleh *native* dan memposisikan teks tersebut sesuai dengan yang dibahas oleh narasumber. Kemudian, memperhatikan warna dan *size font* pada teks *subtittle* agar mudah dibaca oleh penonton.

Kemudian proses penambahan atau pemilihan audio untuk dijadikan *backsound* agar video testimoni terlihat lebih menarik dan memperhatikan volume *backsound* untuk meminimalisir suara asli dari video testimoni yang tidak terdengar.

2. *Rendering*

Tahap *rendering* merupakan menyempurnakan dan menyatukan semua potongan video sehingga menghasilkan satu output video yang utuh untuk memperlancar saat *preview* video atau memutar video. Kemudian hasil akhir video dapat di export ke folder dalam *personal computer* dengan menggunakan format MP4.

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari analisis data, pembuatan video testimoni bahasa Jepang bisa memberikan gambaran informasi mengenai pelatihan dan proses sebelum peserta didik berangkat magang atau kerja ke Jepang. Hasil penelitian ini bersesuaian dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan bahwa dengan adanya video testimoni tersebut akan membantu memberitahukan kepada masyarakat luas tentang kondisi sinyal yang telah difasilitasi oleh PT. Telekomunikasi Seluler *Branch* Batam.

5. Implikasi pada pengajaran/pendidikan

Implikasi hasil penelitian dari pembuatan video testimoni dalam bahasa Jepang sebagai media promosi pada pengajaran, yaitu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan materi pengajaran tentang penggunaan ragam bahasa sopan (*teineigo*) dan kalimat ajakan, dan metode penerjemahan dalam bahasa Jepang.

6. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian pembuatan video testimoni dalam bahasa Jepang sebagai media promosi LPK Rekatama yaitu diharapkan dapat mengetahui informasi tentang pandangan siswa dan alumni dalam bahasa Jepang.

Melalui hasil wawancara pada narasumber siswa dan alumni, siswa dan alumni puas mengikuti pelatihan di LPK Rekatama, karena pembelajarannya efisien dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, siswa dan alumni yang sebelumnya belum menguasai bahasa Jepang, setelah belajar di LPK Rekatama mampu menguasai bahasa Jepang minimal mendapatkan sertifikat kemampuan bahasa Jepang level 4 sebagai syarat kerja ke Jepang.

Saat ini masyarakat sudah bisa mengakses berbagai ketersediaan informasi layanan *platform* media sosial. Dengan dibuatnya video testimoni ini, diharapkan bisa digunakan sebagai media promosi digital pada sosial media di fitur Instagram TV, Facebook dan sebagainya. Sehingga dapat menarik para calon siswa untuk bergabung di LPK Rekatama.

Daftar Pustaka

- Abdillah, F., Adhiguna, D., & Sevtiana, A. (2017). *Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STIMIK CIC Dengan Tehnik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic. JURNAL DIGIT Vol. 7, No.1 Mei 2017, pp.74~85, 9.*
- Ariatmanto, D. (2020). *Aplikasi Pengembangan Audiovisual Sebagai Media Alternatif Penyampaian Materi Kuliah Multimedia Berbasis Web (Studi Kasus STIMIK Amikom). Jurnal Ilmiah DASI Vol. 15 No. 04 Desember 201, hlm 10 - 14 , 12.*
- Fauzi, M. Y. (2020). *Perancangan Video Testimoni PT. Pakuwon Jati TBK Untuk Media Instagram Guna Menumbuhkan Brand Loyalty.* Surabaya: Universitas Dinamika.
- Hoed, B. H., Sholichin, T. S., & M, R. (1993). *Pengetahuan Dasar Tentang Penerjemahan.* Jakarta: Pusat Penerjemahan Fakultas Sastra Univesitas Indonesia.
- Ridwan. (2019). *Pengaruh Tampilan Produk dan Testimoni di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Siswa SMK Negeri Takalar.* Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Roman, K., Maas, J., & Nisenholtz, M. (2005). *How To Advertise : Membangun Merek Dan Bisnis Dalam Dunia Pemasaran Baru.* St Martin Press.
- Sayogie, F. (2014). *Teori dan Praktik Penerjemahan.* Tangerang Selatan: Trans Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suryani, I. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kememparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Jurnal komunikasi, 125.*
- Zaki, M., & Pratama, J. (2020). *Perancangan Video Testimoni Pemasangan Compact Mobile Base Station Di Rumah Sakit Khusus Infeksi Covid-19 Pulau Galang Kota Batam Untuk Perusahaan PT Telekomunikasi Seluler Branch Batam. Journal of Information System and Technology, Vol.01 No. 02, Nov 2020, pp.194-198, 2.*