

Perancangan dan Produksi Video Profil Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Sebagai Media Promosi

Oleh:

Agung Wisnu Prayoga,
Nur Maghfirah Aesthetika
Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
2, Juni 2025



Pendahuluan

- Perkembangan teknologi digital mengubah media promosi menjadi berbasis audiovisual.
- Program Magister Ilmu Komunikasi UMSIDA belum memiliki video profil yang mampu menampilkan identitas institusi secara menyeluruh.
- Video profil menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi, membangun citra, dan meningkatkan daya tarik calon mahasiswa.
- Penelitian ini menghasilkan video profil sebagai media promosi institusi.

Pertanyaan Penelitian(Rumusan masalah)

Bagaimana merancang dan memproduksi video profil Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai media promosi institusi?

Tujuan

- Merancang dan menghasilkan video profil yang informatif, komunikatif, dan menarik sebagai media promosi Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Metode

Jenis Penelitian

- Kualitatif deskriptif , Practice-Based Research

Teknik Pengumpulan data

- Observasi
- Dokumentasi
- Studi Pustaka

Tahapan Produksi

- Konsep
- Pra Produksi
- Produksi
- Pascaproduksi

Sumber Data

- Jurnal, Buku

Hasil (Tahapan Produksi)

KONSEP

- Identifikasi kebutuhan media promosi
- Penyusunan storyline
- Voice over
- Storyboard
- Shot list

Pra Produksi

- Survei lokasi
- Menentukan talent
- Menyusun jadwal
- Persiapan alat produksi

Produksi

Lokasi pengambilan gambar:

- Ruang kelas
- Ruang dosen
- Perpustakaan
- Koridor kampus
- Area terbuka

Teknik pengambilan gambar

- Establishing Shot
- Medium Shot
- Close Up
- Tracking Shot

Pasca Produksi

- **Pascaproduksi**
- Software
- **Adobe Premiere Pro 2023**
- Tahapan Editing
- Import footage
- Cutting
- Penyusunan timeline
- Color Correction
- Color Grading
- Subtitle
- Rendering H.264 Full HD

Hasil dan Pembahasan

Hasil akhir berupa video profil berdurasi ± 2 menit dengan resolusi Full HD 1920×1080.

Karakteristik video profil:

- Informatif
- Komunikatif
- Persuasif
- Membangun branding institusi

Prinsip komunikasi visual:

- Balance
- Unity
- Emphasis
- Rhythm

Teknik sinematografi:

- Establishing Shot
- Medium Shot
- Close Up
- Tracking Shot

Hasil Akhir

Video berhasil menampilkan:

- Profil Program Magister Ilmu Komunikasi
- Visi Misi
- Aktivitas Akademik
- Fasilitas
- Keunggulan Program Studi

Media publikasi :

- Website
- YouTube
- Instagram
- Facebook

Kesimpulan

- Video profil berhasil dirancang melalui tahapan konsep, pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi.
- Video mampu menyampaikan informasi secara informatif, komunikatif, dan menarik.
- Penerapan prinsip komunikasi visual dan teknik sinematografi menghasilkan media promosi yang profesional.
- Video dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Referensi

- I. Riskha Dora Candra Dewi et al., *Pemahaman Komunikasi: Mengartikan Pesan dengan Tepat*. 2022.
- [2] R. P. Da`te, "Bab II kajian teori," *BAB 2 Kaji. Teor.*, no. 1, pp. 16–72, 2017.
- [3] N. Kinantha, A. I. M. Purbakusuma, and R. J. Vijaya, "Penerapan Narasi Visual oleh Sutradara dalam Pembuatan Video Company Profile SMP Muhammadiyah 9 Yogyakarta," *J. Multidisiplin Bhatara*, vol. 3, no. 2, pp. 62–67, 2026, doi: 10.59095/jmb.v3i2.258.
- [4] A. Hidayath, Z. Razilu, and H. N. Saputra, "Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari," *MALCOM Indones. J. Mach. Learn. Comput. Sci.*, vol. 4, no. 1, pp. 108–117, 2024, doi: 10.57152/malcom.v4i1.979.
- [5] N. Rimayanti, A. Yulianti, B. Nasution, and E. E. Lubis, "Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia," *It J. Res. Dev.*, vol. 3, no. 2, pp. 84–95, 2019, doi: 10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499.
- [6] Q. Hardiansyah, D. K. Hermawan, and T. Mutakin, "Video Profile Sebagai Media Penunjang Informasi Dan Promosi Padasmk Putra Tama Mandiri," *ICIT J.*, vol. 4, no. 1, pp. 75–86, 2018, doi: 10.33050/icit.v4i1.83.

Referensi

- [7] A. D. Turipanam and A. Ramdhani, *Strategi Pemasaran*. 2018.
- [8] M. Nurullah and Marsudi, “Perancangan Video Profil Program Studi Desain Komunikasi,” vol. 5, no. 1, pp. 96–109, 2023.
- [9] M. A. Afandi and N. M. Aesthetika, “Wayang Sarip Documentary Film (Documentary Film about the Preservation of East Java Jekdong Puppet Art),” pp. 1–8, 2023, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.21070/ups.1500>
- [10] T. Akhir, A. A. F. Ida, and A. A. F. Ida, *Oleh* : 2022.
- [11] A. Fuadi, *Tahta Media Group*. 2021.
- [12] S. Ahmad Sultra Rustan, *I Made Widiantera, Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi*. 2025.

