

Perpustakaan Umsida

YOIG

 NUR AINI
 ILMU KOMUNIKASI
 Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

Document Details

Submission ID

trn:oid:::1:3619155027

Submission Date

Jul 29, 2026, 12:21 PM GMT+7

Download Date

Jul 29, 2026, 12:24 PM GMT+7

File Name

Yoga_lulus.pdf

File Size

528.6 KB

7 Pages**3,909 Words****26,145 Characters**

8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography

Exclusions

- 1 Excluded Match

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 5%  Publications
- 3%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 7% Internet sources
- 5% Publications
- 3% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	digital-science.pubmedia.id	1%
2	Internet	archive.umsida.ac.id	<1%
3	Internet	ifrelresearch.org	<1%
4	Internet	repository.polibatam.ac.id	<1%
5	Student papers	Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	<1%
6	Student papers	Universitas Diponegoro	<1%
7	Internet	elliottxzum135579.pointblog.net	<1%
8	Internet	library.poltekkes-surabaya.ac.id	<1%
9	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya	<1%
10	Internet	khakashimi.wordpress.com	<1%
11	Internet	jurnal.ppjb-sip.id	<1%

12	Internet	www.researchgate.net	<1%
13	Internet	learning.enggar.net	<1%
14	Internet	repository.wima.ac.id	<1%
15	Publication	Emilia Wulandari, Ristia Ika Belinda, Carla Aulia Zean, Bayu Ramadhan, Muhamm...	<1%
16	Internet	ejournal.unib.ac.id	<1%
17	Internet	jangkargroups.co.id	<1%
18	Internet	journal.irpi.or.id	<1%
19	Internet	vokasi.unair.ac.id	<1%
20	Publication	Mohammad Aldi Afandi, Nur Maghfirah Aesthetika. "Melestarikan Wayang Jekdo...	<1%
21	Publication	Ahmad Nizar Bayhaqi, M. Andi Fikri. "Film Dokumenter Tirta Parahyangan of Pa...	<1%
22	Internet	johannessimatupang.wordpress.com	<1%

Design and Production of a Promotional Video Profile for the Master of Communication Science Program at Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

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

Agung Wisnu Prayoga¹⁾, Nur Maghfirah Aesthetika^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: fira@umsida.ac.id

Abstract. *Advancements in information and communication technology have transformed how higher education institutions conduct their promotional activities. Colleges and universities now go beyond traditional media to inform the public, utilizing digital media that offers greater effectiveness and wider reach. One common method for conveying an institution's identity is the creation of a profile video. Profile videos communicate information through visuals and sound, making the message more engaging, easier to understand, and effectively conveyed to the audience. This project aims to produce a profile video for the Master of Communication Science program at Universitas Muhammadiyah Sidoarjo to serve as a promotional tool. The project employs a qualitative descriptive method combined with an audiovisual production approach, comprising three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production phase involves observation, note-taking, information gathering, creative concept development, and scriptwriting. The production phase encompasses filming various facilities, academic activities, and the campus environment. Following production, the post-production phase involves editing, color grading, audio editing, subtitle addition, and rendering using Adobe Premiere Pro. The final output is a profile video approximately two minutes in length, showcasing the identity, facilities, academic activities, and strengths of the Master of Communication Science program at Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This profile video is intended to serve as an effective promotional tool, strengthening the institution's image and generating public interest in the study program.*

Keywords: Profile Video, Promotional Media, Visual Communication, Audiovisual, Higher Education.

Abstrak. *Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan dalam cara institusi pendidikan tinggi melakukan promosi mereka. Sekarang perguruan tinggi tidak hanya menggunakan media tradisional untuk memberi informasi kepada masyarakat, tetapi juga memakai media digital yang lebih efektif dan lebih mudah dijangkau. Salah satu cara yang sering digunakan untuk menyampaikan identitas institusi adalah dengan membuat video profil. Video profil bisa menyampaikan informasi melalui gambar dan suara, sehingga pesan yang diberikan terasa lebih menarik, mudah dipahami, dan bisa disampaikan dengan baik kepada para penonton. Perencanaan berdasarkan karya ini bertujuan untuk membuat dan menghasilkan Video Profil Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai sarana promosi institusi tersebut. Metode yang digunakan dalam perencanaan ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pembuatan karya audiovisual yang terdiri dari tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra-produksi dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, mengumpulkan informasi, merancang ide kreatif, dan menulis skrip. Proses produksi mencakup pemotretan berbagai fasilitas, kegiatan akademik, dan lingkungan kampus. Setelah produksi selesai, tahap pascaproduksi dilakukan dengan proses editing, penyesuaian warna, pengeditan audio, penambahan subtitle, serta rendering menggunakan Adobe Premiere Pro. Hasil perencanaan berupa video profil berdurasi sekitar dua menit, yang menampilkan identitas, fasilitas, kegiatan akademik, serta keunggulan Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Video profil yang dibuat diharapkan bisa menjadi alat promosi yang baik untuk memperkuat kesan institusi dan meningkatkan rasa tertarik masyarakat terhadap program studinya.*

Kata Kunci: Video Profil, Media Promosi, Komunikasi Visual, Audiovisual, Pendidikan Tinggi.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi penyampaian informasi dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor pendidikan tinggi. Transformasi digital yang berlangsung secara masif menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi. Jika sebelumnya informasi mengenai suatu institusi lebih banyak diperoleh melalui media cetak seperti brosur, pamflet, dan baliho, saat ini masyarakat cenderung memanfaatkan media digital yang dapat diakses secara cepat melalui internet dan media sosial [1]. Perubahan tersebut mendorong perguruan tinggi untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif agar mampu menjangkau calon mahasiswa secara lebih efektif [2].

Media digital mendorong berbagai lembaga menggunakan video profil sebagai cara yang baik untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi penting kepada masyarakat. Video profil adalah bentuk media audiovisual yang dibuat untuk memperkenalkan siapa organisasi, perusahaan, atau institusi pendidikan tersebut, termasuk identitasnya, tujuan, misi, layanan yang diberikan, fasilitas yang dimiliki, kegiatan yang dilakukan, serta kelebihan atau keunikan yang dimiliki kepada audiensnya. Berbeda dengan media promosi berupa cetak, video profil bisa menampilkan informasi dengan menggabungkan berbagai unsur seperti gambar, suara, cerita, teks, dan musik. Hal ini membuat pesan yang disampaikan lebih menarik, lebih mudah dipahami, dan mampu menciptakan hubungan emosional yang lebih dekat dengan para penonton [3]. Dalam berkomunikasi, menggunakan media audiovisual juga bisa membuat pesan lebih efektif karena informasi diterima melalui dua indra sekaligus, yaitu penglihatan dan pendengaran. Hal itu membuat video profil menjadi alat komunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan yang rumit dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami [4].

Salah satu media audiovisual yang sering digunakan oleh institusi pendidikan adalah video profil. Video profil adalah alat komunikasi yang dibuat untuk memperkenalkan identitas sebuah organisasi, lembaga, atau perusahaan kepada masyarakat dengan menampilkan informasi secara jelas dan meyakinkan [5]. Video profil tidak hanya digunakan untuk memberikan informasi, tetapi juga membantu membentuk citra (branding) yang bisa membuat masyarakat lebih percaya terhadap suatu lembaga. Dalam konteks pendidikan tinggi, video profil bisa menunjukkan kondisi sebenarnya lingkungan akademik, fasilitas pembelajaran, kegiatan mahasiswa, pencapaian institusi, serta budaya akademik yang ada di dalamnya [6].

Video profil memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dari jenis media promosi yang lain. Karakteristik pertama adalah penyampaian informasi yang singkat, jelas, dan terorganisir melalui alur cerita yang rapi, sehingga audiens dapat memahami pesan dengan mudah tanpa merasa bingung. Karakteristik kedua adalah penggunaan elemen audiovisual yang meliputi gambar bergerak, cerita, musik latar, suara, teks, dan gambar grafis yang bekerja sama dalam menyampaikan informasi. Karakteristik ketiga adalah kemampuan video profil dalam membentuk gambaran visual dan citra lembaga melalui tayangan tentang fasilitas, kegiatan, pencapaian, budaya organisasi, serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dengan ciri-ciri tersebut, video profil tidak hanya digunakan sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang bisa meyakinkan audiens dan membentuk citra positif terhadap institusi.

Dari aspek komunikasi visual, kualitas sebuah video profil dipengaruhi oleh penerapan prinsip-prinsip desain visual yang tepat. Komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual yang disusun secara terencana agar informasi dapat diterima secara efektif oleh audiens. Oleh karena itu, perancangan video profil perlu memperhatikan prinsip-prinsip desain visual seperti keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), penekanan (*emphasis*), dan ritme (*rhythm*). Prinsip *balance* bertujuan menciptakan komposisi visual yang proporsional sehingga tampilan video terasa nyaman untuk dilihat. Prinsip *unity* menekankan keterpaduan seluruh elemen visual, seperti warna, tipografi, transisi, dan gaya penyuntingan, agar menghasilkan identitas visual yang konsisten. Prinsip *emphasis* digunakan untuk memberikan penekanan pada informasi atau objek tertentu sehingga menjadi pusat perhatian audiens, sedangkan prinsip *rhythm* diterapkan melalui pengaturan tempo perpindahan gambar, durasi adegan, dan sinkronisasi antara visual dengan audio sehingga menghasilkan alur tayangan yang dinamis dan tidak monoton.

Selain memperhatikan prinsip desain visual, proses produksi video profil juga memerlukan penerapan teknik sinematografi yang tepat. Teknik seperti *establishing shot*, *medium shot*, *close-up*, dan *tracking shot* berperan dalam membangun alur visual, memperjelas informasi, serta menciptakan pengalaman menonton yang lebih menarik. Penggunaan teknik sinematografi yang dipadukan dengan proses penyuntingan, *color correction*, *color grading*, dan *motion graphic* dapat meningkatkan kualitas estetika sekaligus memperkuat penyampaian pesan dalam video profil. Dengan demikian, sebuah video profil tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai media komunikasi strategis yang mampu memperkenalkan identitas institusi secara profesional serta mendukung kegiatan promosi di era digital.

Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo merupakan salah satu program studi yang memiliki komitmen dalam menghasilkan lulusan yang kompeten di bidang komunikasi strategis, komunikasi digital, media massa, hubungan masyarakat, serta penelitian komunikasi. Sebagai program studi yang terus berkembang, diperlukan media promosi yang mampu memperkenalkan identitas dan keunggulan program secara

lebih menarik kepada masyarakat, khususnya calon mahasiswa. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan selama proses perancangan karya, media promosi yang dimiliki sebelumnya masih didominasi oleh media cetak dan konten digital yang bersifat informatif, sehingga belum mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai aktivitas akademik, fasilitas, maupun suasana pembelajaran di lingkungan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo [7].

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pengembangan media promosi yang lebih komunikatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat digital. Video profil dipilih sebagai solusi karena mampu mengintegrasikan berbagai informasi ke dalam satu media yang menarik secara visual dan mudah didistribusikan melalui berbagai platform digital. Selain sebagai media promosi [8], video profil juga berfungsi sebagai media komunikasi institusi dalam membangun citra positif serta memperkuat identitas Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo di tengah persaingan antar perguruan tinggi.

II. METODE

Perencanaan ini menggunakan pendekatan penciptaan karya audiovisual. Pendekatan ini dipilih karena hasil utama dari perencanaan tidak hanya berupa penelitian ilmiah, tetapi juga menghasilkan karya kreatif berupa video profil Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai media promosi institusi tersebut. Dalam pendekatan ini, proses pembuatan karya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan penelitian, sehingga setiap tahapan dalam produksi dicatat dan dianalisis secara ilmiah[9].

Proses membuat karya audiovisual dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra-produksi dimulai dengan mengenali kebutuhan media promosi berdasarkan pengamatan langsung terhadap Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Aktivitas di tahap ini mencakup mengumpulkan data, membaca buku referensi, merancang konsep kreatif, menulis naskah, membuat storyboard, mengatur daftar adegan, serta menyusun jadwal produksi. Tahapan ini bertujuan untuk membuat gambaran visual yang sesuai dengan identitas dan tujuan promosi dari program studi tersebut.[10].

Tahap produksi adalah langkah penerapan dari konsep yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Pengambilan gambar dilakukan di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan mencatat berbagai kegiatan akademik, fasilitas belajar, serta lingkungan kampus yang mewakili Program Magister Ilmu Komunikasi. Dalam proses ini digunakan berbagai teknik sinematografi, seperti sudut pandang luas, sudut pandang menengah, close-up, dan gerak mendekati, agar menghasilkan gambar yang informatif sekaligus menarik secara estetis.

Proses setelah produksi dilakukan setelah semua bahan visual sudah terkumpul. Seluruh rekaman kemudian dipilih dan diatur menggunakan software Adobe Premiere Pro. Proses penyuntingan mencakup menyusun alur cerita, memotong gambar, mengatur suara, menambahkan musik latar, memperbaiki warna, memberi gradasi warna, menambahkan teks subtitle, membuat animasi grafis gerak, hingga mengubah hasilnya ke format MP4 dengan resolusi Full HD (1920 × 1080 piksel). Tujuan dari tahapan ini adalah membuat video profil yang memiliki kualitas gambar dan suara yang baik, sehingga dapat menyampaikan informasi dengan lebih baik. Analisis hasil perencanaan dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan konsep yang sudah dibuat di tahap pra-produksi dengan hasil akhir karya yang telah selesai dibuat. Evaluasi difokuskan pada aspek komunikasi visual, kualitas sinematografi, efektivitas dalam menyampaikan pesan, serta sejauh mana video profil tersebut sesuai sebagai media promosi Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan ini menghasilkan sebuah karya audiovisual berupa video profil Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai media promosi institusi. Proses pembuatan karya dilakukan dengan melalui beberapa tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam menghasilkan video yang mampu menyampaikan identitas program studi secara informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan media promosi pada era digital. Seluruh proses produksi dilakukan secara sistematis dengan memperhatikan aspek komunikasi visual, sinematografi, dan penyampaian pesan agar video yang dihasilkan mampu memberikan pengalaman visual yang menarik bagi audiens.

A. Perancangan Konsep Video Profil

Tahap awal dalam proses penciptaan karya diawali dengan identifikasi kebutuhan media promosi Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak program studi, diperoleh informasi bahwa media promosi yang dimiliki sebelumnya masih berupa dokumentasi kegiatan, brosur digital, serta unggahan media sosial yang bersifat informatif. Meskipun media tersebut telah mampu menyampaikan informasi dasar mengenai program studi, penyampaian informasi dinilai belum mampu menggambarkan suasana akademik, fasilitas, maupun identitas institusi secara utuh [11].

Berdasarkan kondisi tersebut dirancang sebuah konsep video profil dengan pendekatan cinematic institutional profile. Konsep ini dipilih karena mampu menggabungkan unsur informasi dan estetika visual sehingga menghasilkan video yang tidak hanya menjelaskan profil program studi tetapi juga membangun citra profesional institusi [12]. Pendekatan sinematik diterapkan melalui penggunaan komposisi gambar yang terencana, pergerakan kamera yang dinamis, serta perpaduan warna yang konsisten untuk menghasilkan visual yang modern.

Penyusunan konsep dilakukan dengan menentukan alur cerita (*storyline*) yang menggambarkan perjalanan audiens dalam mengenal Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Video diawali dengan pengenalan identitas universitas, dilanjutkan dengan penyampaian visi dan misi program studi, fasilitas pembelajaran, aktivitas akademik, serta ditutup dengan informasi mengenai keunggulan program studi sebagai ajakan kepada masyarakat untuk bergabung sebagai mahasiswa. Selain penyusunan alur cerita, pada tahap ini juga dilakukan penulisan naskah *voice over*, penyusunan *storyboard*, serta pembuatan *shot list*. Ketiga komponen tersebut berfungsi sebagai pedoman selama proses produksi sehingga setiap adegan yang direkam sesuai dengan konsep visual yang dirancang sebelumnya.

B. Tahap Pra Produksi

Pra-produksi merupakan tahapan yang menentukan keberhasilan keseluruhan proses produksi video profil. Seluruh kebutuhan produksi dipersiapkan secara rinci agar proses pengambilan gambar dapat berlangsung secara efektif dan efisien. Kegiatan pada tahap ini meliputi survei lokasi, penentuan jadwal produksi, koordinasi dengan pihak Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, penyusunan daftar kebutuhan alat, serta penentuan talent yang akan terlibat dalam proses produksi. Survei lokasi dilakukan untuk menentukan sudut pengambilan gambar yang mampu merepresentasikan identitas program studi secara optimal. Beberapa lokasi yang dipilih meliputi ruang dosen, area Perpustakaan, koridor kampus, serta fasilitas pendukung lainnya. Pemilihan lokasi mempertimbangkan aspek pencahayaan alami, komposisi visual, serta aktivitas akademik yang berlangsung pada saat produksi. Tahap pra-produksi juga mencakup penyusunan jadwal pengambilan gambar yang disesuaikan dengan aktivitas dosen dan mahasiswa. Hal ini dilakukan agar proses produksi tidak mengganggu kegiatan akademik yang sedang berlangsung sekaligus memperoleh dokumentasi aktivitas pembelajaran yang berlangsung secara alami.

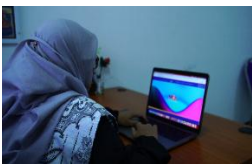
C. Hasil Produksi

Tahap produksi merupakan proses pengambilan gambar berdasarkan konsep dan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya. Pengambilan gambar dilakukan di beberapa lokasi yang berada di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, meliputi ruang kelas, ruang dosen, ruang administrasi, koridor kampus, area terbuka, serta fasilitas penunjang lainnya. Seluruh lokasi dipilih karena mampu merepresentasikan identitas Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo secara visual. Pada proses produksi digunakan beberapa teknik sinematografi seperti *establishing shot* untuk memperlihatkan lingkungan kampus secara keseluruhan, *medium shot* untuk menampilkan aktivitas dosen dan mahasiswa, *close-up* untuk memperjelas ekspresi narasumber, serta *tracking shot* menggunakan gimbal agar menghasilkan pergerakan kamera yang halus dan dinamis. Penggunaan variasi teknik pengambilan gambar bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual sehingga video lebih menarik dan tidak monoton.

Tabel 1 Hasil produksi

No.	Gambar	Keterangan
1.		Hasil Footage talent pertama pertama
2.		Hasil Footage semua talent

--	--	--

3.		Hasil pengambilan Footage latar lokasi
4.		Hasil pengambil Footage Bersama dosen pak didik
5.		Hasil pengambilan Footage Bersama dosen pak totok
6.		Hasil pengambilan Footage diruangan dosen bu fira
7.		Hasil pengambilan Footage talent sedang menikmati fasilitas kampus

E. Hasil Pasca Produksi

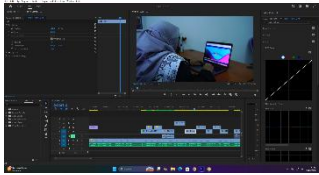
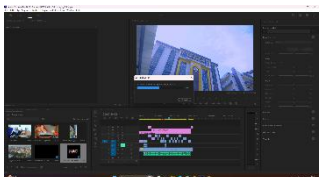
Tahap pascaproduksi merupakan proses akhir dalam pembuatan video profil yang bertujuan menyusun seluruh hasil pengambilan gambar menjadi sebuah karya audiovisual yang utuh. Pada tahap pasca produksi *footage* yang didapat selama produksi dipindahkan ke perangkat komputer untuk kemudian dilakukan proses seleksi berdasarkan kualitas gambar, komposisi visual, serta kesesuaian dengan *storyboard* yang telah dirancang pada tahap pra-produksi. Proses seleksi ini dilakukan agar hanya materi visual yang memiliki kualitas terbaik yang digunakan dalam video akhir sehingga mampu menghasilkan tayangan yang informatif dan menarik.

Perangkat lunak yang digunakan dalam proses penyuntingan adalah **Adobe Premiere Pro 2023**. Pemilihan perangkat lunak tersebut didasarkan pada kemampuannya dalam mengolah video secara profesional, mulai dari proses pemotongan gambar (*cutting*), penyusunan *timeline*, sinkronisasi audio, penambahan transisi, koreksi warna (*color correction*), *color grading*, hingga proses *rendering*. Selain memiliki fitur yang lengkap, Adobe premier pro juga mendukung berbagai format video sehingga memudahkan proses pengolahan hasil produksi.

Tahapan awal penyuntingan dilakukan dengan mengimpor seluruh *footage* hasil produksi ke dalam *project workspace*. Selanjutnya seluruh klip disusun berdasarkan urutan cerita (*storyline*) yang telah ditentukan sebelumnya. Penyusunan *timeline* bertujuan untuk memastikan alur penyampaian informasi berjalan secara runtut sehingga

audiens dapat memahami isi video dengan mudah. Setiap adegan dipilih berdasarkan kesesuaian terhadap narasi yang telah disusun sehingga tidak terdapat pengulangan visual yang dapat mengurangi efektivitas penyampaian pesan.

Tabel 2 Hasil pasca produksi

No.	Gambar	Keterangan
1.		Tahap proses editing video profil magister ilmu komunikasi dengan menggunakan software Adobe Premiere Pro 2023.
2.		Tahap color grading dan subtitle video profil magister ilmu komunikasi dengan menggunakan adobe premier Pro 2023.
3.		Tahap rendering video profil magister ilmu komunikasi menggunakan adobe premier pro 2023. File dirubah sesuai format video H.264 Full HD 1080p yang nanti dapat ditampilkan pada layer dengan resolusi 1920x1080 pixel.

Hasil akhir perencanaan ini berupa video profil Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan durasi sekitar dua menit dan resolusi Full HD (1920 × 1080 piksel). Video dirancang menggunakan konsep visual sinematik modern yang memadukan unsur dokumentasi, narasi, musik latar, dan motion graphic sehingga mampu menyampaikan informasi secara informatif sekaligus menarik perhatian audiens. Penyusunan alur video dilakukan secara kronologis dimulai dari tampilan identitas universitas, pengenalan Program Magister Ilmu Komunikasi, penyajian fasilitas akademik, aktivitas dosen dan mahasiswa, hingga penutup yang berisi ajakan kepada masyarakat untuk mengenal lebih jauh program studi tersebut.

Dari aspek komunikasi visual, video profil telah menerapkan prinsip-prinsip desain visual seperti keseimbangan (balance), kesatuan (unity), penekanan (emphasis), dan ritme (rhythm). Penerapan prinsip tersebut terlihat pada komposisi gambar yang proporsional, penggunaan variasi sudut pengambilan gambar, serta perpaduan warna yang konsisten setelah melalui proses color grading. Penggunaan teknik establishing shot, medium shot, close-up, dan tracking shot juga memberikan variasi visual sehingga tayangan tidak monoton dan mampu menjaga perhatian audiens selama video berlangsung.

Dari aspek komunikasi, penyampaian informasi melalui narasi yang singkat namun padat memberikan kemudahan bagi audiens dalam memahami identitas dan keunggulan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Kombinasi antara visual, audio, dan teks mampu memperkuat pesan yang ingin disampaikan sehingga video tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra institusi. Kehadiran subtitle turut meningkatkan aksesibilitas video karena informasi tetap dapat dipahami meskipun diputar tanpa suara, terutama pada platform media sosial.

IV. SIMPULAN

Hasil akhir perencanaan menunjukkan bahwa video profil yang dihasilkan mampu menampilkan identitas Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo secara informatif, komunikatif, dan

profesional. Penyajian informasi melalui perpaduan visual, audio, dan narasi mampu memberikan gambaran mengenai profil program studi, fasilitas, aktivitas akademik, serta keunggulan yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap institusi. Selain itu, penerapan prinsip komunikasi visual dan teknik sinematografi memberikan nilai estetika yang mendukung pembentukan citra positif program studi.

REFERENSI

- [1] 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.
- [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 Widiantra, *Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi*. 2025.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.