

BAB II KERANGKA TEORITIS

2.1 Konsep Dasar Produksi Audio Visual

2.1.1 Pengertian Audio Visual

Secara etimologis dan teknis, audio visual merupakan integrasi dua sistem persepsi manusia yang bekerja dalam satu lini masa (*timeline*). Audio visual bukan sekadar gabungan antara suara dan gambar, melainkan sebuah bentuk Bahasa Simbolik yang digunakan untuk merepresentasikan realitas melalui manipulasi ruang dan waktu.

Menurut Arsyad (2019), media audio visual adalah perangkat penyampai pesan yang melibatkan indra pendengaran dan penglihatan secara simultan. Namun, dalam perkembangan era digital, Cui et al. (2021) mendefinisikan audio visual sebagai "Multimodal Fusion", di mana informasi auditori dan visual saling mengisi kekosongan informasi satu sama lain. Sebagai contoh, sebuah gambar gedung universitas yang statis akan memiliki makna yang berbeda jika diiringi oleh musik pop dibandingkan dengan lagu kebangsaan Indonesia Raya. Dalam proyek ini, audio visual dipahami sebagai instrumen Digital Storytelling yang bertujuan untuk mentransformasikan lingkungan fisik Universitas Dharma Andalas menjadi sebuah narasi visual yang berwibawa melalui implementasi teknologi kamera digital beresolusi tinggi.

2.1.2 Fungsi Audio Visual dalam Media Komunikasi

Dalam kajian komunikasi organisasi dan *Corporate Branding* modern, media audio visual tidak lagi dipandang sebagai kanal pelengkap, melainkan

instrumen strategis yang mampu mengonstruksi realitas institusional di mata publik. Berdasarkan teori fungsional media yang dikembangkan oleh Mulyana (2021) dan adaptasi konteks media baru oleh Lister et al. (2019), fungsi audio visual dalam proyek perancangan video Indonesia Raya berbasis identitas Universitas Dharma Andalas (UNIDHA) dapat dijabarkan secara mendalam sebagai berikut:

1. Fungsi Refensial dan Validasi Informatif

Fungsi ini berkaitan dengan kemampuan audio visual untuk menyajikan representasi objek yang menyerupai aslinya (*iconic sign*). Dalam proyek ini, audio visual berfungsi memberikan gambaran nyata dan faktual mengenai seluruh ekosistem pendidikan di UNIDHA. Melalui rekaman infrastruktur seperti gedung perkuliahan, laboratorium yang modern, perpustakaan, hingga ruang publik kampus, video ini berperan sebagai "bukti autentik" atas kualitas fisik institusi. Dalam psikologi komunikasi, visual yang akurat membangun kepercayaan (*trust*) lebih cepat dibandingkan teks. Penonton tidak hanya "diberitahu" bahwa UNIDHA berkualitas, tetapi "melihat" langsung standar kualitas tersebut melalui lensa kameramen. Validasi informatif ini krusial untuk meminimalisir celah antara citra yang diinginkan (*ideal image*) dengan kenyataan yang ada (*actual image*).

2. Fungsi Estetik, Ekspresif, dan Visual Engagement

Audio visual memiliki kekuatan artistik untuk mengubah objek biasa menjadi pengalaman visual yang luar biasa melalui tangan seorang

kameramen. Fungsi estetika berfokus pada bagaimana teknik sinematografi (seperti pencahayaan yang dramatis, komposisi yang seimbang, dan penggunaan warna) mampu menciptakan *visual engagement* atau keterikatan mata audiens. Keindahan visual yang dihasilkan bukan sekadar dekorasi, melainkan representasi dari profesionalitas dan etos kerja institusi. Menurut Lister et al. (2019), di era "ekonomi perhatian", estetika yang tinggi adalah syarat utama agar sebuah pesan tidak diabaikan. Ketika sebuah video dirancang secara estetika, audiens secara bawah sadar akan mengasosiasikan keindahan tersebut dengan ketelitian dan keunggulan tata kelola pendidikan di Universitas Dharma Andalas.

3. Fungsi Persuasif, Branding, dan Konstruksi Citra Bawah Sadar

Audio visual bekerja secara efektif pada level afektif dan konatif audiens melalui mekanisme sugesti visual. Fungsi ini melibatkan penggabungan elemen identitas (warna hijau kampus, logo, dan aktivitas akademik) dengan stimulus emosional yang kuat (Lagu Indonesia Raya). Perpaduan ini secara persuasif membangun citra bahwa UNIDHA adalah institusi yang mapan, disiplin, dan memiliki integritas nasionalisme yang tinggi. Melalui teknik *storytelling* visual tanpa kata-kata, video ini menanamkan persepsi di bawah sadar audiens bahwa menjadi bagian dari UNIDHA berarti menjadi bagian dari kemajuan bangsa. Hal ini sejalan dengan tujuan *Corporate Branding* institusional, yaitu menciptakan diferensiasi yang kuat di tengah persaingan antar perguruan tinggi.

4. Fungsi Edukasi Nasionalisme dan Transmisi Nilai Budaya

Sebagai media massa, audio visual berperan dalam pewarisan nilai-nilai (sosialisasi). Dalam konteks lagu kebangsaan, fungsi ini menjadi sangat dominan. Video ini berfungsi sebagai media transmisi nilai-nilai patriotisme dan kewargaan (*civic virtue*). Melalui sinkronisasi audio-visual yang presisi, khalayak tidak hanya mendengarkan melodi lagu Indonesia Raya, tetapi juga "menyaksikan" bagaimana semangat kebangsaan tersebut diimplementasikan dalam dunia akademik. Misalnya, visualisasi mahasiswa yang sedang meneliti atau berdiskusi dengan khidmat melambangkan bahwa menuntut ilmu di UNIDHA adalah bentuk pengabdian terhadap tanah air. Fungsi edukasi ini memperkuat posisi UNIDHA sebagai institusi yang tidak hanya fokus pada kecerdasan intelektual, tetapi juga pada pembentukan karakter (*character building*) yang berlandaskan kecintaan pada negara.

5. Fungsi Integratif dan Simbolik

Terakhir, audio visual berfungsi sebagai alat integrasi civitas akademika. Video musik Indonesia Raya yang menampilkan berbagai elemen kampus berfungsi sebagai "perekat sosial" yang menyatukan mahasiswa, dosen, dan alumni dalam satu identitas visual yang sama. Secara simbolik, video ini menegaskan eksistensi Universitas Dharma Andalas sebagai entitas yang hidup, berkembang, dan selaras dengan langkah kemajuan Negara Kesatuan Republik Indonesia membangun citra bahwa UNIDHA adalah institusi yang mapan, disiplin, dan memiliki integritas

nasionalisme yang tinggi. Melalui teknik *storytelling* visual tanpa kata-kata, video ini menanamkan persepsi di bawah sadar audiens bahwa menjadi bagian dari UNIDHA berarti menjadi bagian dari kemajuan bangsa. Hal ini sejalan dengan tujuan *Corporate Branding* institusional, yaitu menciptakan diferensiasi yang kuat di tengah persaingan antar perguruan tinggi.

2.1.3 Elemen Dasar Audio Visual (Gambar Dan Suara)

Kesuksesan sebuah karya audio visual profesional tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan perangkat keras yang digunakan, melainkan pada bagaimana elemen gambar dan suara berinteraksi secara simbiotik untuk membangun sebuah makna tunggal. Interaksi ini menciptakan apa yang disebut sebagai *synchresis* sebuah fenomena psikologis di mana audiens mempersepsikan peristiwa visual dan auditori sebagai satu kesatuan organik.

A. Gambar Representasi Ruang dan Estetika Institusional

Visual merupakan elemen primer yang mengonstruksi ruang dalam persepsi penonton. Bowen (2020) dalam buku *Grammar of the Shot* menegaskan bahwa manusia adalah makhluk visual yang memproses informasi gambar jauh lebih cepat daripada suara. Dalam peran kameramen, elemen visual dimanipulasi melalui beberapa sub-elemen teknis sebagai berikut:

1. Komposisi dan Framing (Penataan Ruang)

Framing bukan sekadar menempatkan subjek di dalam kotak, melainkan upaya untuk mengarahkan psikologi penonton. Penggunaan *Rule of Thirds* menciptakan keseimbangan yang dinamis, sementara *Golden*

Ratio memberikan harmoni alami yang memanjakan mata. Dalam proyek ini, kameramen menggunakan *Headroom* dan *Noseroom* yang konsisten pada sivitas akademika untuk memberikan kesan ruang yang luas dan napas intelektual. Penggunaan *Leading Lines* (garis penuntun) dari arsitektur gedung UNIDHA akan mengarahkan mata audiens secara tidak sadar menuju simbol- simbol utama kampus, seperti logo atau bendera.

2. Pencahayaan (*Lighting*) dan Dimensi

Pencahayaan berperan menciptakan *Depth* (kedalaman) agar gambar tidak terlihat "flat" (datar). Menurut Brown (2023), pencahayaan menentukan *mood* sebuah karya. Dalam video Indonesia Raya ini, pemanfaatan *Natural Light* (cahaya alami) pada waktu *Golden Hour* akan menonjolkan tekstur bangunan kampus dan memberikan aura kehangatan serta harapan. Kameramen harus memahami *Directional Light* untuk menciptakan bayangan yang memberikan dimensi pada objek, sehingga visualisasi kampus terlihat lebih megah, nyata, dan profesional.

3. Warna (*Colour Palette*) dan Tekstur

Warna memiliki kekuatan semiotik. Pemilihan profil warna (*Color Profile*) saat pengambilan gambar sangat menentukan hasil akhir branding. Kameramen akan memfokuskan pada saturasi dan *hue* warna hijau yang menjadi identitas Universitas Dharma Andalas. Tekstur gedung dan atribut kampus akan ditonjolkan melalui penggunaan lensa dengan ketajaman tinggi (*high definition*) untuk mengomunikasikan pesan bahwa institusi ini memiliki fondasi yang kuat, bersih, dan modern.

B. Suara Representasi Waktu dan Kedalaman Emosional

Jika visual mewakili ruang, maka audio mewakili dimensi waktu dan perasaan. Alten (2014) dalam *Audio in Media* menekankan bahwa suara mampu "mengisi" apa yang tidak bisa terlihat oleh mata, yaitu nyawa dari sebuah pergerakan.

1. Fungsi Musik dan Irama (Visual Rhythm)

Dalam proyek ini, lagu Indonesia Raya bukan sekadar latar belakang, melainkan "konduktor" bagi seluruh pergerakan visual. Musik menentukan *Cutting Rate* (kecepatan perpindahan gambar). Pada bagian bait yang tenang, pergerakan kamera akan dilakukan secara perlahan (*slow movement*), namun pada bagian *Refrain* yang megah, sinematografi akan menggunakan sudut- sudut yang lebih dinamis. Sinkronisasi antara ketukan drum/orkestra dengan perpindahan *shot* menciptakan harmoni yang membangkitkan semangat patriotisme audiens.

2. Kejernihan Audio (Acoustic Fidelity)

Kualitas audio harus bersifat *High-Fidelity* (Hi-Fi) untuk mengimbangi visual 4K yang dihasilkan oleh kameramen. Kejernihan vokal dan kemegahan instrumen lagu Indonesia Raya memberikan kesan kewibawaan dan sakralitas. Secara psikologis, audiens akan menganggap sebuah institusi tidak profesional jika audio yang dihasilkan pecah, berisik (*noise*), atau tidak seimbang, meskipun gambarnya sangat bagus. Oleh karena itu, audio dan visual harus berada pada level kualitas yang setara guna membangun citra UNIDHA sebagai universitas yang mengutamakan

kesempurnaan dalam setiap Ditail.

3. *Interaksi Audio Visual (The Marriage Of Sight And Sound)*

Ketika lirik lagu menyentuh poin-poin krusial (seperti "Bangunlah jiwanya"), elemen visual harus merespons dengan menampilkan aktivitas intelektual. Interaksi simbiotik ini memastikan bahwa pesan tidak hanya didengar, tetapi juga divalidasi oleh mata penonton, sehingga menciptakan pemahaman yang holistik mengenai identitas kampus.

2.1.4 Lagu Kebangsaan "Indonesia Raya" Sebagai Audio Visual Content

Mengintegrasikan Lagu Kebangsaan "Indonesia Raya" ke dalam format konten audio visual bukan sekadar aktivitas produksi kreatif biasa, melainkan sebuah upaya visualisasi ideologi yang menuntut tanggung jawab moral, estetika, dan hukum yang tinggi. Sebagai konten audio visual, lagu ini berfungsi sebagai poros utama yang mengarahkan seluruh narasi visual melalui tiga dimensi utama berikut:

A. Dimensi Kontitusional dan Legalitas Formatif

Lagu Indonesia Raya bukan sekadar karya seni musik, melainkan identitas negara yang kedudukannya diatur secara rigid dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Regulasi ini mengamanatkan bahwa setiap bentuk visualisasi yang menyertai lagu kebangsaan wajib menjaga marwah dan kehormatan simbol negara serta tidak menggunakan representasi visual yang bersifat merendahkan atau tidak relevan.

Dalamperspektif sinematografi, regulasi tersebut membentuk kerangka

etika visual yang menuntut penggunaan teknik pengambilan gambar yang formal, stabil, dan terkontrol. Brown (2023) menjelaskan bahwa pada konten audiovisual bersifat seremonial dan simbolik, stabilitas kamera dan kesederhanaan gerak visual berfungsi menjaga psikologi audiens agar tetap berada dalam kondisi hormat dan khidmat. Secara semiotik, lirik lagu Indonesia Raya mengandung sistem tanda (*signs*) dengan makna denotatif dan konotatif yang kuat. Oleh karena itu, proses visualisasi lagu kebangsaan menuntut adanya transkode visual, yaitu penerjemahan makna lirik ke dalam simbol visual yang relevan secara ideologis dan kultural (Chandler, 2017). Setiap elemen visual dalam sinematografi berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan nilai kebangsaan, pengabdian, dan identitas nasional.

B. Dimensi Semiotika Kebangsaan dan Metafora Visual

Secara semiotik, lirik lagu Indonesia Raya terdiri dari rangkaian tanda (*signs*) yang memiliki makna denotatif dan konotatif yang sangat dalam, sehingga tugas kameramen adalah melakukan transkode visual dari lirik ke dalam rangkaian gambar yang bermakna. Ketika lirik menyentuh bagian "Tanah tumpah darahku", kameramen tidak hanya mengambil gambar lingkungan secara literal, melainkan memvisualisasikan ekosistem fisik Universitas Dharma Andalas sebagai representasi mikro dari tanah air guna membangun makna bahwa kampus adalah bagian integral dari kedaulatan bangsa. Lebih lanjut, bait "Bangunlah jiwanya, bangunlah badannya" diterjemahkan melalui visualisasi aktivitas intelektual sivitas akademika untuk merepresentasikan pembangunan jiwa, serta kemegahan arsitektur kampus

UNIDHA untuk merepresentasikan pembangunan fisik. Dengan demikian, setiap elemen visual yang tertangkap kamera bukan lagi sekadar pemandangan pasif, melainkan simbol pengabdian intelektual terhadap nilai-nilai negara.

C. Digital Corporate Branding dan Sinergi Nasionalisme

Dalam ekosistem komunikasi digital, video ini berfungsi sebagai media *Corporate Branding* strategis yang memposisikan Universitas Dharma Andalas sebagai wadah pembangunan karakter bangsa (*Nation and Character Building*). Fokus produksi di sini adalah menciptakan harmoni antara audio yang megah dari aransemen orkestra Indonesia Raya dengan visual aset-aset terbaik institusi guna menghasilkan nilai produksi yang tinggi (*high production value*). Video musik ini berperan sebagai jembatan yang menghubungkan nilai historis bangsa dengan visi modern universitas, di mana penonjolan identitas visual UNIDHA seperti atribut almamater dan suasana kampus di tengah lagu kebangsaan secara simbolis menyatakan komitmen institusi dalam mencetak generasi penerus yang loyal terhadap NKRI. Melalui sinkronisasi antara kemegahan musik dan ketajaman sinematografi, UNIDHA membangun citra sebagai perguruan tinggi yang prestisius, berintegritas, dan selaras dengan langkah kemajuan nasional.

2.2 Teori Sinematografi dan Corporate Branding

2.2.1 Pengertian Sinematografi dan Corporate Branding

Sinematografi dalam dunia produksiaudio visual moderntelah berubah dari sekadar cara merekam gambar menjadi sistem komunikasi visual yang rumit. Tugas

utamanya adalah menyampaikan makna dengan mengontrol elemen seperti cahaya, tata letak, ruang, dan waktu secara teliti. Menurut Brown (2023) dalam bukunya *Cinematography: Theory and Practice*, sinematografi adalah proses menceritakan melalui gambar, di mana kameramen bertindak sebagai "penulis" dari gambar tersebut. Kameramen tidak hanya mengambil gambar, tetapi menggunakan teknologi kamera untuk memengaruhi perasaan penonton. Dalam lagu "Indonesia Raya", sinematografi digunakan untuk menciptakan suasana yang megah dan suci, yang mencerminkan semangat institusi.

Di sisi lain, Corporate Branding adalah bidang strategis yang membangun identitas dan reputasi organisasi secara keseluruhan, bukan hanya produk yang dihasilkan. Menurut Balmer & Gray (2003), corporate branding adalah cara menyampaikan identitas perusahaan melalui tampilan dan perilaku, yang bertujuan menciptakan kesetiaan dan citra positif di mata para pemangku kepentingan. Berbeda dengan branding produk, corporate branding di institusi pendidikan seperti Universitas Dharma Andalas (UNIDHA) lebih menekankan nilai-nilai warisan, budaya organisasi, dan kontribusi sosial. Dalam proyek ini, UNIDHA ditempatkan sebagai institusi yang memiliki nilai-nilai tinggi, seperti nasionalisme dan integritas, yang harus disampaikan secara visual.

Kombinasi antara kedua konsep ini membentuk konsep Visual Corporate Branding. Konsep ini fokus pada penggunaan estetika sinematik untuk menyampaikan janji dan nilai-nilai merek institusi. Penelitian oleh Rahmadhani & Fitri (2022) menunjukkan bahwa kualitas sinematografi, seperti kejernihan gambar dan keakuratan tata letak, sangat berkorelasi dengan persepsi profesionalisme

institusi. Jika kualitas visual buruk, maka citra institusi akan terasa tidak profesional.

Oleh karena itu, peran kameramen dalam penerapan teknik sinematografi sangat penting dan strategis sebagai "Pelindung Citra". Kameramen menerjemahkan visi UNIDHA menjadi bahasa visual yang megah. Dengan menggunakan sudut rendah untuk menampilkan kesan kokoh bangunan kampus, sinar yang hangat untuk menunjukkan sisi manusiawi civitas akademika, serta pergerakan kamera yang stabil ketika lagu Indonesia Raya dinyanyikan, kameramen membangun narasi bahwa UNIDHA adalah institusi yang mapan, modern, dan memiliki integritas nasional yang tinggi. Visual ini menjadi jembatan emosional (semiotika visual) yang menghubungkan perasaan nasionalisme penonton dengan reputasi korporat universitas. Dalam Corporate Branding memiliki Unsur dan upaya yang dilakukan untuk menghasilkan audio visual yang bisa meningkatkan nilai jual dari Universitas Dharma Andalas.

A. Unsur-Unsur *Corporate Branding*

1. Implementasi Pada Unsur Identitas Visual (*Visual Identity*)

Sebagai cameramen, memasukkan unsur ini dengan memilih objek- objek yang masuk ke dalam bingkai (frame). Tidak hanya mengambil gambar sembarangan, tetapi memastikan bahwa atribut identitas seperti logo UNIDHA pada jas almamater atau papan nama gedung universitas terlihat jelas menggunakan teknik perpindahan fokus (focus pulling) atau medium close-up. Menampilkan branding ini dengan mengatur komposisi agar warna hijau khas UNIDHA menjadi warna dominan dalam skema warna video, sehingga secara psikologis audiens akan

menghubungkan kualitas visual tersebut dengan identitas kampus.

2. Implementasi Pada Unsur Budaya Organisasi (*Corporate Culture*)

Memasukkan unsur budaya ini melalui pemilihan subjek dan aksi dalam daftar shot. Sebagai cameramen, menerapkan teknik candid atau observational cinematography untuk menangkap momen-momen nyata mahasiswa yang sedang berdiskusi atau melakukan praktik di laboratorium. Dengan menggunakan gerakan kamera yang dinamis (seperti panning atau tracking), menciptakan kesan bahwa budaya di UNIDHA adalah budaya yang aktif, inklusif, dan modern. Memastikan bahwa setiap gerakan kamera mencerminkan energi positif dari sivitas akademika yang sedang berkarya.

3. Implementasi Pada Unsur Komunikasi Korporat (*Corporate Communication*)

Cameramen memasukkan unsur ini melalui teknik visualisasi metafora yang sesuai dengan lirik lagu Indonesia Raya. Saat lirik lagu mencapai bagian yang bermakna, memilih sudut kamera yang mampu bercerita. Misalnya, pada lirik "Bangunlah jiwanya", Anda mengambil gambar close-up wajah mahasiswa yang penuh semangat sebagai representasi bahwa UNIDHA berhasil membangun karakter mahasiswanya. Di sini, peran Anda adalah memastikan bahwa "pesan" dari lagu dan "pesan" dari universitas tergabung dalam satu harmoni visual yang komunikatif.

4. Implementasi Pada Unsur Citra dan Reputasi (*Corporate Image*)

Pada unsur ini, branding institusi dibangun melalui kualitas teknis visual dan kesan kemegahan visual. Teknik Extreme Wide Shot (EWS) dengan bantuan

drone digunakan untuk menampilkan keluasan dan kemegahan kawasan Kampus Universitas Dharma Andalas. Secara visual, pengambilan gambar dengan skala ruang yang luas mampu membangun persepsi audiens terhadap institusi sebagai entitas yang mapan, kredibel, dan memiliki kapasitas besar.

Selain itu, kestabilan gambar dijaga melalui penggunaan gimbal atau tripod untuk menghasilkan visual yang tajam dan bebas guncangan. Kualitas teknis visual yang stabil dan presisi merupakan indikator profesionalisme produksi, yang secara tidak langsung membangun citra institusi sebagai lembaga yang profesional dan menghargai standar kualitas tinggi dalam setiap detail komunikasi visualnya.

B. Upaya yang dilakukan Dalam Corporate Branding

epresentasi nilai-nilai institusi dalam video audio visual ini ditampilkan melalui berbagai aktivitas mahasiswa yang dikonstruksikan secara visual. Nilai **kecerdasan** direpresentasikan melalui adegan mahasiswa yang sedang mencari referensi di perpustakaan. Visual ini menunjukkan aktivitas intelektual serta budaya literasi yang menjadi indikator utama dalam pembentukan kualitas akademik mahasiswa. Penggunaan shot yang terarah pada ekspresi dan aktivitas membaca memperkuat makna bahwa UNIDHA mendukung pengembangan kemampuan berpikir kritis dan analitis.

Selanjutnya, nilai **teknologi** ditampilkan melalui aktivitas mahasiswa yang sedang melakukan praktik di laboratorium komputer. Adegan ini memperlihatkan keterlibatan langsung mahasiswa dalam penggunaan perangkat teknologi sebagai bagian dari proses pembelajaran. Visual tersebut menegaskan bahwa UNIDHA memiliki fasilitas yang memadai serta berorientasi pada penguasaan teknologi sebagai kompetensi utama di era digital.

Nilai **interaksi** direpresentasikan melalui hubungan antara dosen dan mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran, serta interaksi sosial antar mahasiswa seperti saling menyapa di lingkungan kampus. Penggunaan medium shot dan close-up dalam adegan ini berfungsi untuk menangkap ekspresi komunikasi yang natural, sehingga menciptakan kesan kedekatan dan lingkungan akademik yang komunikatif. Hal ini menunjukkan bahwa UNIDHA tidak hanya menekankan aspek akademik, tetapi juga membangun hubungan interpersonal yang harmonis.

Selain itu, nilai **entrepreneurship** ditampilkan melalui adegan mahasiswa yang menjalankan usaha kopi di lingkungan kampus sambil tetap menjalani aktivitas perkuliahan. Visual ini menggambarkan keseimbangan antara kegiatan akademik dan pengembangan jiwa kewirausahaan. Representasi tersebut memperkuat citra UNIDHA sebagai institusi yang tidak hanya mencetak lulusan berpengetahuan, tetapi juga mandiri, kreatif, dan memiliki daya saing di dunia usaha.

Secara keseluruhan, rangkaian visual ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas kampus, tetapi juga sebagai media komunikasi yang secara strategis menyampaikan nilai-nilai institusi kepada audiens. Melalui representasi kecerdasan, teknologi, interaksi, dan entrepreneurship, video ini berhasil membangun citra UNIDHA sebagai perguruan tinggi yang adaptif, kolaboratif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

2.2.2 Elemen Utama Sinematografi

Dalam upaya membangun *visual Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas yang kompetitif, seorang kameramen tidak sekadar merekam objek, melainkan mengelola elemen-elemen fundamental sinematografi untuk menciptakan impresi tertentu. Mengacu pada Bowen (2020) dalam buku

Grammar of the Shot dan didukung oleh teori Brown (2023), elemen-elemen tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Pencahayaan (*Lighting*)

Pencahayaan merupakan elemen paling krusial dalam sinematografi karena cahaya menentukan bagaimana sensor kamera menangkap bentuk, tekstur, dan kedalaman. Kameramen harus memahami teknik *Three-Point Lighting* (Key, Fill, dan Back Light) untuk menciptakan pemisahan subjek dari latar belakang, memberikan efek tiga dimensi yang profesional. Dalam proyek Corporate Branding UNIDHA, penggunaan cahaya bukan hanya agar gambar terlihat jelas, melainkan untuk menciptakan *mood* atau atmosfer. Penggunaan *high-key lighting* (pencahayaan terang dan merata) digunakan untuk menonjolkan kesan bersih, transparan, dan optimis pada lingkungan kampus. Selain itu, pemanfaatan *Natural Light* pada waktu *Golden Hour* sangat efektif untuk memberikan tekstur hangat pada arsitektur gedung, yang secara psikologis memberikan kesan ramah namun megah.

2. Komposisi

Komposisi visual merupakan teknik penataan elemen gambar di dalam bingkai kamera untuk mengarahkan perhatian audiens dan membangun makna visual tertentu. Menurut Brown, komposisi berfungsi sebagai strategi visual untuk mengontrol fokus pandangan penonton dan menciptakan struktur makna dalam frame (Brown, 2016). Dalam penerapannya, kameramen menggunakan prinsip Rule of Thirds untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih dinamis dan menarik, karena penempatan

objek utama tidak selalu berada di tengah frame sehingga menghasilkan komposisi yang lebih natural dan estetik (Mascelli, 1998). Selain itu, teknik Leading Lines dimanfaatkan dengan menggunakan garis-garis alami seperti koridor gedung, jalan kampus, dan elemen arsitektural lainnya untuk menuntun mata penonton menuju objek utama seperti Logo Universitas Dharma Andalas atau Bendera Merah Putih, karena garis visual secara psikologis dapat mengarahkan persepsi dan perhatian audiens (Block, 2007). Komposisi yang tertata rapi dan konsisten secara visual juga berperan dalam membangun citra profesionalisme institusi, karena konsistensi desain visual dapat memengaruhi persepsi kredibilitas dan kualitas organisasi di mata publik (Kotler & Keller, 2016).

3. Warna (*Colour*)

Warna merupakan elemen visual yang memiliki kekuatan semiotik tinggi dalam komunikasi audio visual. Zettl (2014) menyatakan bahwa konsistensi warna berperan penting dalam membangun identitas visual dan memori audiens. Dalam konteks kerja cameramen, pengendalian warna dimulai sejak tahap pengambilan gambar melalui pengaturan *white balance*, *picture profile*, serta pemilihan eksposur yang tepat. Cameramen bertanggung jawab memastikan warna utama yang merepresentasikan identitas institusi tetap konsisten di berbagai kondisi pencahayaan dan lokasi pengambilan gambar. Selain itu, penggunaan lensa dengan tingkat ketajaman tinggi memungkinkan penonjolan tekstur objek secara detail, sehingga visual yang dihasilkan mampu mengomunikasikan kesan profesional, rapi, dan berkualitas tinggi.

4. Ketajaman Fokus dan Kedalaman Ruang (*Depth Of Field*)

Kontrol fokus digunakan kameramen sebagai alat utama untuk mengarahkan perhatian audiens. Shallow Depth of Field dengan bukaan diafragma besar (f-stop rendah) diterapkan untuk mengisolasi subjek utama, seperti atribut mahasiswa atau logo fakultas, sehingga menciptakan kesan sinematik dan fokus visual yang kuat. Sebaliknya, Deep Focus digunakan untuk menampilkan keluasan fasilitas kampus secara tajam dari depan hingga latar belakang. Pengelolaan fokus yang presisi menunjukkan kualitas produksi visual yang tinggi (*high production value*), yang merepresentasikan profesionalisme dan kredibilitas institusi. Depth of field dipandang sebagai alat penting dalam membangun hierarki visual dan mengarahkan perhatian penonton (Brown, 2016), serta sebagai perangkat naratif untuk menekankan subjek tertentu dalam frame (Mascelli, 1998). Kualitas visual yang konsisten juga memengaruhi persepsi profesionalisme organisasi (Kotler & Keller, 2016).

2.2.3 Pemilihan Angle

Pemilihan angle atau sudut pengambilan gambar merupakan salah satu aspek penting dalam teknik sinematografi yang memengaruhi cara audiens menangkap dan memahami pesan visual yang disampaikan. Setiap angle kamera memiliki dampak emosional dan makna naratif yang berbeda, sehingga cameramen dituntut untuk mampu memilih sudut pandang yang tepat sesuai dengan tujuan visual dan pesan yang ingin disampaikan.

Dalam produksi audio visual lagu *Indonesia Raya* sebagai upaya meningkatkan *corporate branding* Universitas Dharma Andalas, pemilihan angle tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis. Low angle, yaitu sudut pengambilan gambar dari posisi lebih rendah daripada subjek, digunakan untuk menampilkan gedung kampus, simbol institusi, serta elemen visual yang merepresentasikan kekuatan dan kewibawaan universitas. Angle ini memberikan kesan megah, dominan, dan berpengaruh, sehingga mendukung citra Universitas Dharma Andalas sebagai institusi pendidikan yang kokoh dan berprestasi.

Sebaliknya, high angle atau sudut pengambilan gambar dari atas subjek dimanfaatkan untuk memperlihatkan aktivitas kampus secara keseluruhan, seperti kegiatan mahasiswa atau suasana lingkungan universitas. Angle ini membantu memberikan gambaran konteks ruang dan dinamika aktivitas, sekaligus menonjolkan keteraturan dan kebersamaan dalam lingkungan akademik.

Sementara itu, eye level angle digunakan sebagai sudut pandang yang paling netral, di mana kamera berada sejajar dengan tinggi mata subjek. Angle ini diterapkan pada pengambilan gambar mahasiswa dan dosen untuk menciptakan kesan realistis, natural, serta membangun kedekatan emosional antara audiens dan subjek. Dengan sudut pandang ini, penonton dapat merasakan posisi yang setara dengan subjek, sehingga pesan visual dapat diterima secara lebih objektif dan persuasif.

Melalui pemilihan angle yang tepat, cameramen berperan sebagai penerjemah pesan visual yang mampu menambah kedalaman emosional dan makna simbolik dalam setiap adegan. Oleh karena itu, pemilihan angle kamera dalam karya audio visual ini tidak hanya bertujuan untuk memperindah tampilan visual, tetapi juga

menjadi bagian penting dalam penyampaian pesan kebangsaan serta pembentukan *corporate branding* Universitas Dharma Andalas secara efektif.

2.2.4 Jenis Shot

Pemilihan jenis shot atau ukuran bingkai gambar (*frame size*) merupakan salah satu keputusan artistik paling krusial bagi seorang kameramen dalam mengatur jarak psikologis antara audiens dan subjek. Mengacu pada pemikiran Mercado (2019) dalam buku *The Filmmaker's Eye*, setiap ukuran gambar memiliki fungsi naratif untuk mengarahkan fokus informasi, membangun persepsi visual, serta memengaruhi emosi audiens secara spesifik. Oleh karena itu, pemilihan jenis shot tidak bersifat acak, melainkan didasarkan pada tujuan komunikasi visual yang ingin dicapai.

1. *Extreme Long Shot (ELS)*

Implementasi teknis pertama dimulai dengan penggunaan Extreme Long Shot (ELS) yang berfungsi secara strategis sebagai *establishing shot* untuk merepresentasikan skala kemegahan infrastruktur Universitas Dharma Andalas. Dengan menempatkan gedung-gedung kampus dalam cakupan lensa yang sangat luas, kameramen memberikan orientasi visual awal kepada audiens mengenai keberadaan fisik institusi secara menyeluruh.

Menurut Zettl (2014), *extreme long shot* berfungsi membangun konteks ruang (*spatial context*) dan memperlihatkan hubungan antara subjek dan lingkungannya. Dalam konteks visual institusional, shot ini efektif digunakan untuk menegaskan skala, stabilitas, dan struktur lingkungan yang besar dan terorganisir. Secara psikologis, ELS menempatkan subjek manusia sebagai

bagian kecil dari sistem yang lebih luas, sehingga menciptakan kesan kekuatan dan keamanan institusi. Brown (2023) menambahkan bahwa *extreme long shot* memiliki kekuatan simbolik dalam membangun kesan monumental dan memperkuat identitas ruang sebagai bagian penting dari narasi visual. Oleh karena itu, penggunaan ELS pada bagian awal lagu *Indonesia Raya* berfungsi membangun rasa takjub dan kekhidmatan, serta menegaskan lingkungan kampus sebagai bagian dari representasi tanah air.

2. *Long Shot (LS)*

Penggunaan *Long Shot (LS)* diterapkan untuk memperlihatkan hubungan antara sivitas akademika dengan ruang lingkup aktivitasnya. Berbeda dengan ELS, LS menampilkan subjek manusia secara utuh dari kepala hingga kaki, namun tetap mempertahankan informasi latar belakang secara seimbang. Menurut Bowen (2020) dalam *Grammar of the Shot*, *long shot* sangat efektif digunakan untuk menunjukkan aktivitas, pergerakan, dan interaksi subjek dalam sebuah ruang. Shot ini memungkinkan audiens memahami apa yang dilakukan subjek sekaligus di mana aktivitas tersebut berlangsung. Dengan demikian, LS berfungsi menjembatani antara pengenalan ruang dan fokus pada aktivitas manusia. Mercado (2019) menegaskan bahwa *long shot* berperan penting dalam membangun kontinuitas visual dan konteks naratif karena menampilkan keseimbangan antara subjek dan lingkungan. Dalam visual kampus, LS berfungsi mengomunikasikan bahwa institusi bukan sekadar bangunan fisik, melainkan ruang hidup yang dinamis, produktif, dan humanis.

3. *Medium Shot (MS)*

Memasuki bagian narasi yang lebih mendalam, kameramen menerapkan *Medium Shot (MS)* yang menampilkan subjek dari batas pinggang hingga kepala. Ukuran gambar ini merepresentasikan jarak sosial normal dalam interaksi manusia, sehingga menciptakan kesan kedekatan yang wajar namun tetap menjaga batas formalitas visual. Mercado (2019) menjelaskan bahwa *medium shot* menciptakan jarak psikologis yang paling natural antara audiens dan subjek, karena menyerupai cara manusia berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, MS sangat efektif digunakan untuk menampilkan proses komunikasi, kolaborasi, dan aktivitas intelektual. Brown (2023) menambahkan bahwa *medium shot* memungkinkan audiens untuk membaca bahasa tubuh dan ekspresi subjek tanpa kehilangan konteks lingkungan. Dalam konteks visual institusional, MS menciptakan keseimbangan antara sisi humanis subjek dan identitas profesional institusi yang tercermin melalui latar belakang visual.

4. *Close-Up (CU) dan Extreme Close-Up (ECU)*

Tahap akhir dalam penguatan pesan visual dicapai melalui penggunaan *Close-Up (CU) dan Extreme Close-Up (ECU)*. Kedua ukuran gambar ini secara signifikan memperpendek jarak psikologis antara audiens dan subjek, sehingga perhatian visual terfokus sepenuhnya pada detail yang dianggap penting oleh kameramen. Mascelli (2010) dalam *The Five C's of*

Cinematography menjelaskan bahwa *close-up* berfungsi sebagai penekanan dramatik yang mengarahkan perhatian audiens pada elemen visual tertentu yang memiliki nilai emosional atau simbolik. Dengan membatasi ruang pandang, CU mampu meningkatkan intensitas emosional dan memperkuat makna visual. Sementara itu, Brown (2023) menyatakan bahwa *extreme close-up* memiliki kekuatan visual yang sangat tinggi dalam menanamkan detail ke dalam ingatan audiens. ECU berfungsi sebagai penegasan visual terhadap presisi, ketelitian, dan makna simbolik suatu objek. Secara psikologis, pengambilan gambar sangat dekat ini berperan sebagai *memory anchor*, yaitu elemen visual yang membantu audiens mengingat simbol dan identitas institusi secara lebih mendalam dan emosional. Dengan demikian, pemilihan jenis shot dalam karya audio visual ini didasarkan pada pertimbangan naratif, psikologis, dan simbolik. Setiap ukuran gambar memiliki fungsi spesifik dalam membangun persepsi audiens terhadap ruang, aktivitas, dan identitas institusi. Keputusan cameramen dalam menentukan jenis shot menjadi instrumen utama dalam menyampaikan pesan nasionalisme dan *corporate branding* secara visual dan bermakna.

2.2.5 Teknik Pergerakan Kamera

Pergerakan kamera merupakan elemen sinematografi dinamis yang berfungsi untuk memanipulasi ruang dan waktu dalam sebuah bingkai gambar. Dalam produksi audio visual "Indonesia Raya" berbasis *Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas, pergerakan kamera tidak hanya berfungsi sebagai variasi estetika, tetapi sebagai instrumen untuk membangun ritme visual yang

selaras dengan kemegahan aransemen musik. Menurut Kenworthy (2021) dalam buku *Master Shots*, pergerakan kamera memiliki "bahasa emosional" tersendiri; kamera yang bergerak secara stabil memberikan kesan keteraturan dan kendali, sementara gerakan yang dinamis memberikan kesan energi dan kemajuan. Kameramen dalam proyek ini memikul tanggung jawab teknis untuk memastikan setiap pergerakan kamera dilakukan dengan tingkat kehalusan (*fluidity*) yang tinggi menggunakan alat stabilisasi seperti *gimbal* atau *tripod fluid head*, guna mencerminkan standar profesionalitas institusi. Secara operasional, teknik pergerakan dimulai dengan implementasi *Panning* dan *Tilting*. *Panning* (gerakan horizontal) digunakan secara strategis untuk melakukan pemindaian (*scanning*) terhadap luasnya fasilitas kampus atau kerumunan mahasiswa, yang secara psikologis memberikan rasa inklusivitas dan skala ruang yang luas. Sementara itu, *Tilting* (gerakan vertikal) diaplikasikan pada gedung rektorat atau monumen kampus untuk memberikan penekanan pada aspek ketinggian dan kemegahan, yang secara bawah sadar membangun persepsi kewibawaan dan cita-cita tinggi institusi. Selanjutnya, teknik *Dolly Shot* atau *Track In/Out* menjadi sangat krusial dalam membangun kedalaman (*depth*). Teknik *Dolly Push-in* (kamera bergerak mendekat secara fisik) digunakan saat lagu mencapai bagian lirik yang emosional atau saat menyoroti simbol identitas UNIDHA. Gerakan ini menciptakan efek psikologis keterlibatan (*engagement*), seolah-olah penonton ditarik secara fisik untuk lebih dekat dan intim dengan nilai-nilai yang ditawarkan oleh universitas. Lebih jauh lagi, penggunaan *Tracking* atau *Trucking Shot* yang mengikuti

pergerakan civitas akademika melambangkan etos kerja yang dinamis dan progresif. Menurut Brown (2023), pergerakan kamera yang mengikuti subjek menciptakan narasi perjalanan atau proses. Dalam video ini, teknik tersebut merepresentasikan perjalanan intelektual di UNIDHA yang selalu bergerak maju. Seluruh pergerakan ini harus disinkronisasikan dengan *beats* dari lagu Indonesia Raya; pada bagian tempo yang lambat, pergerakan kamera dibuat tenang dan megah, sedangkan pada bagian *refrain* yang bertenaga, pergerakan kamera dapat dibuat lebih dinamis guna menciptakan harmoni audio-visual yang mampu membangkitkan semangat patriotisme sekaligus memperkuat *brand image* Universitas Dharma Andalas sebagai kampus yang modern dan berkualitas.

2.2.6 Penerapan Teknik Sinematografi Dalam Komunikasi Visual Institutional

Penerapan teknik sinematografi dalam konteks komunikasi visual institusional berperan sebagai strategi penting untuk membangun persepsi kualitas, kredibilitas, dan profesionalisme sebuah merek. Dalam produksi audio visual institusi, sinematografi tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi, tetapi sebagai medium komunikasi visual yang membentuk cara audiens menilai nilai dan reputasi suatu lembaga. Kualitas visual yang ditampilkan secara langsung memengaruhi persepsi audiens terhadap kualitas layanan, tata kelola, serta integritas institusi yang direpresentasikan.

Hadi (2021) menjelaskan bahwa pencapaian *high production value* dalam komunikasi visual institusional sangat dipengaruhi oleh konsistensi

penerapan teknik sinematografi, khususnya dalam aspek pengendalian pencahayaan, pemilihan sudut pandang kamera, serta penataan komposisi visual. Pencahayaan yang terkontrol dengan baik mampu menonjolkan karakter ruang dan subjek, sementara sudut pandang kamera berperan dalam membentuk persepsi kekuasaan, stabilitas, atau kedekatan emosional. Komposisi visual yang tertata rapi menunjukkan profesionalisme dan perencanaan yang matang, sehingga meningkatkan kepercayaan audiens terhadap institusi yang ditampilkan. Lebih lanjut, Brown (2023) menyatakan bahwa keputusan teknis sinematografi selalu membawa implikasi psikologis terhadap audiens. Pemilihan sudut pandang kamera, pengaturan warna, serta kedalaman ruang (*depth of field*) berfungsi untuk mengarahkan perhatian audiens dan menentukan hierarki informasi visual dalam sebuah frame. Dengan mengendalikan fokus visual, cameramen dapat memastikan bahwa elemen-elemen penting dari identitas institusi tampil dominan dan mudah diingat. Pengendalian warna merupakan aspek krusial dalam sinematografi institusional karena berkaitan erat dengan konsistensi identitas visual. Zettl (2014) menjelaskan bahwa konsistensi warna membantu membangun kesinambungan visual dan memperkuat asosiasi simbolik dalam ingatan audiens. Warna yang ditampilkan secara konsisten akan berfungsi sebagai penanda identitas yang memudahkan audiens mengenali dan mengingat sebuah institusi.

Selain itu, pengaturan *depth of field* digunakan untuk mengisolasi subjek utama dari latar belakang yang tidak relevan, sehingga perhatian audiens terfokus

pada pesan visual yang ingin disampaikan. Menurut Mascelli (2010), pengendalian kedalaman ruang merupakan salah satu cara efektif untuk mengarahkan emosi dan fokus audiens tanpa harus menggunakan elemen visual yang berlebihan. Teknik ini sering digunakan untuk menciptakan kesan visual yang bersih, terstruktur, dan bernilai estetika tinggi.

Dengan demikian, penerapan teknik sinematografi dalam komunikasi visual institusional merupakan proses strategis yang melibatkan pertimbangan teknis, estetika, dan psikologis secara simultan. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan bagi cameramen dalam menerjemahkan nilai, visi, dan identitas institusi ke dalam bahasa visual yang komunikatif, profesional, dan berdaya persuasif.

2.3 Teori Produksi Sebagai Cameramen

Cameramen merupakan salah satu unsur penting dalam proses produksi audio visual yang bertanggung jawab terhadap kualitas visual gambar. Dalam kajian sinematografi, peran cameramen tidak hanya terbatas pada pengoperasian kamera, tetapi juga mencakup pengambilan keputusan visual yang menentukan bagaimana pesan disampaikan kepada audiens melalui bahasa gambar. Menurut Brown (2023), cameramen merupakan *visual storyteller* yang berperan dalam mengontrol emosi dan persepsi audiens melalui pemilihan sudut pandang kamera, pencahayaan, dan komposisi visual. Pandangan ini menegaskan bahwa cameramen memiliki tanggung jawab naratif, di mana setiap keputusan visual yang diambil harus memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan mendukung makna pesan yang ingin disampaikan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Zettl (2014) menyatakan bahwa cameramen

bertanggung jawab terhadap kualitas teknis gambar, meliputi ketajaman visual, keseimbangan warna, pencahayaan, serta komposisi frame. Kualitas teknis yang baik menjadi dasar utama agar pesan visual dapat diterima audiens secara optimal dan tidak mengalami distorsi makna. Mascelli (2010) menekankan bahwa pemilihan sudut kamera dan ukuran gambar (*shot size*) memiliki pengaruh langsung terhadap makna dramatik suatu visual. Setiap sudut pandang dan ukuran gambar memiliki fungsi psikologis tertentu yang dapat memperkuat atau melemahkan pesan visual. Oleh karena itu, cameramen dituntut untuk memahami fungsi sinematografis setiap pengambilan gambar.

Selain itu, Mercado (2019) menjelaskan bahwa keputusan framing dan pergerakan kamera berperan penting dalam membangun hubungan emosional antara subjek dan audiens. Bowen (2020) menambahkan bahwa pemilihan jenis *shot* yang tepat dapat membantu audiens memahami konteks ruang, skala, dan posisi subjek dalam sebuah adegan, sehingga pesan visual dapat tersampaikan secara lebih efektif. Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran cameramen mencakup aspek teknis, naratif, dan simbolik. Cameramen tidak hanya memastikan kualitas gambar secara teknis, tetapi juga bertanggung jawab menerjemahkan konsep visual ke dalam bentuk gambar yang bermakna serta selaras dengan tujuan komunikasi audio visual. Dalam konteks proyek audio visual lagu Indonesia Raya berbasis *Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas, peran cameramen diwujudkan sebagai pengambil keputusan visual di lapangan yang mempertimbangkan kesesuaian antara teknik sinematografi dan nilai simbolik lagu kebangsaan serta citra institusi yang ingin ditampilkan. Landasan teori ini menjadi

acuan bagi cameramen dalam menentukan pendekasan visual yang tepat.

Berdasarkan landasan teori tersebut, peran cameramen dalam proyek ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1. Pelaksana Implementasi Teknik Sinematografi**, yaitu menerapkan teori sinematografi seperti pemilihan *camera angle*, *shot size*, komposisi frame, pergerakan kamera, dan pencahayaan ke dalam proses pengambilan gambar secara nyata.
- 2. Penerjemah Konsep Visual ke dalam Bahasa Kamera**, yaitu mengubah konsep nasionalisme dan identitas Universitas Dharma Andalas menjadi representasi visual yang komunikatif dan bermakna.
- 3. Pengelola Kualitas Visual (Gatekeeper)**, yaitu memastikan setiap gambar yang dihasilkan memenuhi standar teknis dan estetika, sehingga layak digunakan sebagai bagian dari karya audio visual yang bersifat seremonial dan institusional.

Dalam praktiknya, cameramen harus melalui tahapan produksi yang sistematis sebagai berikut:

- A. Pra-Produksi:** Tahap di mana cameramen melakukan analisis terhadap lirik lagu "Indonesia Raya" dan nilai *Corporate Branding* UNIDHA. Pada tahap ini dilakukan pemahaman konsep yang di buat oleh sutradara untuk menentukan pengambilan gambar terbaik dan melakukan perencanaan pencahayaan (*lighting plan*) serta menyiapkan alat yang akan di gunakan saat produksi nanti seperti camera, yang digunakan yaitu jenis Zve 10 L, drone jenis DJI Neo 2 serta perlengkapan lainnya.

B. Produksi (*Shooting*): Tahap inti yang melibatkan pengambilan gambar di lapangan. Cameramen menerapkan teknik sinematografi seperti pergerakan kamera yang stabil (*steady movement*) dan komposisi yang megah. Pemahaman tentang *shutter speed*, ISO, dan *aperture* sangat krusial di sini untuk memastikan gambar yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi (*high production value*).

C. Pasca-Produksi: Pada tahap pasca produksi, peran cameramen tidak berada pada proses penyuntingan maupun color grading, melainkan terbatas pada pemberian referensi teknis visual terhadap karakter gambar yang telah dihasilkan pada tahap produksi. Cameramen memastikan bahwa footage yang direkam telah memiliki kualitas teknis yang optimal, seperti eksposur, pencahayaan, dan profil gambar yang konsisten, sehingga dapat diproses lebih lanjut tanpa kehilangan karakter visual aslinya. Pemahaman cameramen terhadap teknik pengambilan gambar menjadi aspek penting karena seluruh keputusan teknis yang diambil pada tahap produksi secara langsung memengaruhi fleksibilitas pengolahan visual pada tahap pasca produksi.

Dalam proyek ini, penguasaan teknik sinematografi oleh cameramen berfungsi sebagai fondasi visual yang memungkinkan lingkungan fisik Universitas Dharma Andalas ditransformasikan menjadi konten audio visual yang memiliki wibawa nasionalisme dan daya tarik Corporate Branding yang kuat.

2.4 Relevansi Mata Kuliah

Keberhasilan implementasi teknik sinematografi dalam proyek lagu Indonesia Raya berbasis *Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas bukan hanya hasil dari keterampilan teknis sesaat, melainkan buah dari akumulasi pengetahuan akademis yang terstruktur. Sebagai seorang kameramen, setiap keputusan di lapangan—mulai dari pemilihan lensa hingga penempatan sudut kamera— didasarkan pada logika yang dipelajari dalam mata kuliah inti. Berikut adalah analisis mendalam mengenai relevansi mata kuliah tersebut:

2.3.1 Produksi Program Tv

Mata kuliah ini merupakan fondasi utama yang membekali mahasiswa dengan kemampuan memahami struktur bercerita secara visual (*visual storytelling*). Dalam produksi televisi, seorang kameramen dituntut tidak hanya mampu merekam gambar yang tajam, tetapi harus memahami fungsi setiap *shot* dalam sebuah rangkaian narasi yang utuh. Dalam proyek ini, relevansi mata kuliah Produksi Program TV sangat terasa ketika kameramen harus menerjemahkan lirik lagu "Indonesia Raya" ke dalam rangkaian gambar yang koheren. Teknik *shooting for the edit* (mengambil gambar dengan memikirkan proses penyuntingan) yang dipelajari di kelas diterapkan untuk memastikan editor *reaction shot*. Kameramen menerapkan standar operasional prosedur (SOP) produksi televisi untuk menjaga kesinambungan (*continuity*) visual, sehingga perpindahan antar- adegan di lingkungan kampus UNIDHA tidak mengalami lompatan logika (*jump cut*) yang dapat mengganggu kekhidmatan lagu. Dengan pemahaman ini, gambar yang dihasilkan mampu bercerita tentang kemajuan pendidikan di UNIDHA secara

sistematis.

2.3.2 Produksi Studio

Mata kuliah Produksi Studio memberikan disiplin teknis tingkat tinggi bagi seorang kameramen dalam mengoperasikan perangkat kamera yang kompleks di lingkungan yang terkontrol. Kedisiplinan studio ini sangat krusial ketika diimplementasikan pada pengambilan gambar *outdoor* maupun *indoor* di Universitas Dharma Andalas yang memiliki tantangan cahaya yang dinamis.

Di studio, mahasiswa dilatih untuk mengelola *image control* secara manual, mulai dari *White Balance* hingga pengaturan *Pedestal* dan *Gamma*. Relevansinya dalam proyek ini adalah kemampuan kameramen untuk menjaga konsistensi warna identitas institusi (Warna Hijau UNIDHA) di bawah kondisi cahaya matahari yang berubah-ubah. Selain itu, teknik pencahayaan yang dipelajari di studio, seperti *Three-Point Lighting*, diterapkan secara modifikasi di lapangan untuk memberikan dimensi pada subjek (mahasiswa dan dosen), sehingga mereka terlihat menonjol dan berwibawa di depan kamera. Penggunaan alat pendukung kamera seperti *tripod fluid head* dan *stabilizer* yang dipelajari di studio memungkinkan kameramen menghasilkan pergerakan yang halus (*fluid movement*), yang secara visual mencerminkan ketenangan dan profesionalitas memiliki cakupan gambar (*coverage*) yang luas, seperti *master shot*, *cutaway*, hingga standar penyiaran (*broadcast standard*).

2.4 Proses Produksi Perencanaan Audio Visual

Proses perancangan audio visual dalam pembuatan lagu Indonesia Raya

sebagai instrumen *Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas merupakan sebuah rangkaian kerja kreatif dan teknis yang saling terintegrasi. Untuk menghasilkan karya yang memiliki nilai estetika tinggi sekaligus pesan institusi yang kuat, diperlukan manajemen produksi yang sistematis. Menurut Vaughan (2018), keberhasilan sebuah produk media sangat bergantung pada kedisiplinan dalam melewati tiga fase utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

2.4.1 Pra Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fase krusial di mana visi institusi diterjemahkan ke dalam rencana teknis. Tanpa perencanaan yang matang, implementasi teknik sinematografi tidak akan memiliki arah yang jelas. Langkah-langkah dalam tahap ini meliputi:

1. Penentuan Visi dan Tujuan Branding

Langkah pertama adalah menetapkan tujuan komunikatif dari video lagu Indonesia Raya ini. Fokus utamanya adalah memposisikan Universitas Dharma Andalas sebagai institusi yang memegang teguh nilai nasionalisme, namun tetap modern dan kompetitif. Tujuan ini menjadi kompas bagi kameramen dalam mengambil keputusan visual di lapangan.

2. Analisa Audiens dan Target

Audiens yang dituju meliputi civitas akademika, calon mahasiswa, hingga masyarakat umum. Memahami karakteristik psikografis audiens membantu tim dalam menentukan *tone and manner* video. Visual yang dihasilkan harus mampu membangkitkan kebanggaan bagi internal kampus dan rasa hormat (*respect*) dari pihak eksternal.

3. Pengembangan Konsep Naratif & StoryBoard

Konsep audio visual ini mengawinkan keagungan lagu kebangsaan dengan identitas fisik dan sosial universitas. *Storyboard* dibuat secara detail sebagai panduan visual, menentukan urutan gambar mulai dari pemandangan udara (*aerial shot*) kampus, detail fasilitas, hingga momen khidmat pengibaran bendera yang merepresentasikan integritas institusi.



Gambar 2.1: Storyboard Teknik Pengambilan Footage

4. Survei Lokasi dan Perencanaan Teknis (*Scouting*)

Melakukan survei ke berbagai sudut kampus UNIDHA untuk memetakan arah cahaya matahari pada jam-jam tertentu. Perencanaan ini sangat penting bagi aspek sinematografi agar pengambilan gambar dilakukan pada saat pencahayaan terbaik (seperti *golden hour*), guna menonjolkan tekstur gedung dan warna identitas kampus secara maksimal.

5. Pemilihan Talent

Memilih representasi mahasiswa dan dosen yang mencerminkan keragaman dan profesionalisme UNIDHA. Persiapan alat operasional kamera, lensa, dan sistem pendukung lainnya dipastikan pada tahap ini agar proses produksi berjalan tanpa

kendala teknis.

2.4.2 Produksi

Pada tahap produksi, seluruh rencana yang telah disusun diimplementasikan melalui kerja lapangan. Fokus utama pada tahap ini adalah kualitas tangkapan gambar dan sinkronisasi atmosfer:

1. Eksekusi Teknik Sinematografi

Proses pengambilan gambar dilakukan dengan ketelitian tinggi. Setiap sudut kamera (*camera angle*) dipilih untuk memberikan makna tertentu; misalnya, penggunaan sudut pandang luas untuk menunjukkan fasilitas kampus yang modern atau sudut pandang dekat (*close-up*) untuk menunjukkan keseriusan dan semangat civitas akademika saat menyanyikan lagu Indonesia Raya.

2. Manajemen Komposisi dan Estetika

Setiap bingkai gambar (*frame*) harus mencerminkan identitas Universitas Dharma Andalas. Pengaturan komposisi dilakukan sedemikian rupa agar elemen identitas (seperti logo institusi, atribut seragam, dan arsitektur khas UNIDHA) tampil secara proporsional dan estetis, sehingga memperkuat pesan *Corporate Branding* di setiap detik video.

3. Kontrol Atmosfer Melalui Tata Cahaya

Menciptakan suasana yang agung dan profesional melalui manajemen pencahayaan. Baik menggunakan cahaya alami maupun bantuan lampu studio di lapangan, tujuannya adalah memberikan dimensi pada subjek dan memastikan kualitas gambar yang dihasilkan bersih, tajam, dan memiliki nilai produksi tinggi (*high production value*).

2.4.3 Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi merupakan fase krusial dalam produksi audio visual, yaitu proses pengolahan data mentah hasil perekaman menjadi karya final yang siap dikonsumsi oleh audiens. Pada tahap ini, seluruh elemen visual dan audio disusun, diperbaiki, dan diselaraskan untuk membangun struktur naratif, estetika visual, serta pesan komunikasi yang utuh. Bordwell dan Thompson menjelaskan bahwa pasca-produksi merupakan tahap di mana struktur narasi, ritme visual, dan makna film atau video dikonstruksi melalui proses editing, sound design, dan finishing visual (Bordwell & Thompson, 2013). Dalam konteks corporate branding, pasca-produksi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis karena berperan dalam pembentukan citra institusi melalui visual dan audio yang terkontrol secara sistematis.

1. Penyuntingan Gambar

Penyuntingan gambar dilakukan dengan menyeleksi seluruh footage hasil pengambilan gambar dan menyusunnya sesuai dengan struktur naratif serta irama lagu *Indonesia Raya*. Editing bertujuan menciptakan kontinuitas visual, ritme, dan alur emosional yang selaras dengan dinamika musik, sehingga audiens dapat merasakan peningkatan emosi dari awal hingga klimaks. Dalam teori sinematografi, editing dipahami sebagai proses penyusunan shot untuk membangun makna dan emosi melalui urutan visual (Dancyger, 2011). Selain itu, teknik *cutting* dan *transitions* digunakan untuk menjaga kelancaran perpindahan antar-shot sehingga tidak mengganggu fokus audiens. Dalam konteks branding

institusi, editing juga berfungsi sebagai alat retorik visual yang menyusun narasi tentang kemegahan, profesionalisme, dan identitas universitas melalui pemilihan shot-shot representatif, seperti aktivitas akademik, fasilitas kampus, dan simbol institusi.

2. Pengolahan Warna

Colour grading merupakan proses penyesuaian warna untuk menciptakan konsistensi visual dan mood estetika tertentu. Pada tahap ini, warna hijau sebagai identitas visual Universitas Dharma Andalas diselaraskan agar tampil akurat, tegas, dan konsisten pada seluruh footage yang direkam dalam kondisi pencahayaan yang berbeda. Brown menjelaskan bahwa colour grading berfungsi untuk menciptakan kesatuan visual, membangun suasana emosional, serta memperkuat gaya visual sebuah produksi (Brown, 2016). Dalam konteks corporate branding, konsistensi warna merupakan bagian dari *corporate visual identity* yang membantu membangun pengenalan merek institusi secara visual. Oleh karena itu, colour grading tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga strategis sebagai alat pembentuk identitas visual universitas.

3. Integrasi Audio dan Penambahan Grafis

Integrasi audio dilakukan dengan menyelaraskan visual dengan orkestrasi lagu *Indonesia Raya*, sehingga tercipta keselarasan antara pesan visual dan pesan auditif. Audio berperan dalam membangun emosi kolektif, rasa kebanggaan, dan identitas nasional yang selaras dengan identitas institusi pendidikan tinggi. Holman menyatakan bahwa desain suara dalam film dan video merupakan elemen penting dalam membentuk pengalaman audiens secara emosional dan kognitif (Holman,

2010). Selain audio, elemen grafis seperti teks nama universitas, logo institusi, serta informasi pendukung lainnya ditambahkan untuk memperjelas pesan branding. Grafis berfungsi sebagai penanda identitas institusional dan memperkuat aspek informatif dari video corporate branding.

4. Final Rendering dan Distribusi Digital

Tahap akhir pasca-produksi adalah proses *final rendering*, yaitu perubahan proyek editing menjadi file video final dengan resolusi tinggi, seperti Full HD atau 4K. Rendering dilakukan dengan pengaturan codec dan format yang sesuai agar kualitas visual dan audio tetap optimal pada berbagai platform distribusi digital. Setelah itu, video dioptimalkan untuk distribusi melalui media sosial dan kanal digital universitas guna menjangkau audiens secara luas. Workflow pasca-produksi yang sistematis dan profesional mencerminkan *high production value*, yang secara tidak langsung merepresentasikan kualitas dan profesionalisme institusi di mata publik. Bordwell dan Thompson menegaskan bahwa proses finishing visual dan audio merupakan tahap akhir yang menentukan kualitas estetika dan teknis suatu karya audio visual (Bordwell & Thompson, 2013).

2.5 Working Schedule

Dalam produksi audio visual lagu Indonesia Raya berbasis *Corporate Branding* Universitas Dharma Andalas, proses kerja secara sistematis dibagi menjadi tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pembagian ini bertujuan untuk memastikan setiap detail teknis sinematografi dan pesan identitas universitas dapat terencana dengan matang dan tereksekusi secara presisi.

1. Pra-Produksi (Perencanaan dan Persiapan Visual)

Tahap ini merupakan fase awal yang melibatkan seluruh persiapan teknis dan konseptual sebelum proses pengambilan gambar di lingkungan kampus dimulai. Kegiatan dalam tahap ini meliputi pengembangan ide visual yang selaras dengan nilai-nilai Universitas Dharma Andalas, penentuan titik lokasi strategis di kampus (*location scouting*), penyusunan *shot list* oleh kameramen, hingga pengecekan seluruh peralatan sinematografi. Perencanaan yang matang pada tahap pra-produksi, khususnya dalam menentukan waktu pencahayaan alami di lokasi UNIDHA, sangat krusial agar proses produksi dapat berjalan efisien dan menghasilkan gambar yang megah.

2. Produksi (Eksekusi Pengambilan Gambar)

Tahap ini adalah pelaksanaan teknis dari seluruh perencanaan yang telah disusun. Kegiatan utamanya adalah pengambilan gambar (*shooting*) di berbagai area Universitas Dharma Andalas, di mana kameramen mengimplementasikan teknik sinematografi—seperti sudut kamera yang berwibawa dan pergerakan kamera yang halus—untuk mewujudkan visi *Corporate Branding* institusi. Selama produksi, koordinasi antara kameramen dengan subjek (civitas akademika) dan tim pendukung sangat penting guna memastikan kualitas visual, pencahayaan, dan komposisi gambar dapat merepresentasikan identitas universitas secara optimal selaras dengan khidmatnya lagu Indonesia Raya.

3. Pasca-Produksi (Finalisasi)

Setelah seluruh materi visual di lingkungan kampus dan momen khidmat menyanyikan lagu direkam, tahap pasca-produksi dimulai. Kegiatan dalam tahap

ini meliputi penyuntingan (*editing*) gambar, koreksi warna (*color grading*) untuk menjaga konsistensi identitas warna hijau UNIDHA, serta sinkronisasi visual dengan aransemen musik orkestra lagu Indonesia Raya. Tujuannya adalah menyusun dan menyempurnakan seluruh materi rekaman menjadi produk audio visual akhir yang megah, nasionalis, dan siap didistribusikan melalui media digital universitas sebagai alat *Corporate Branding* yang efektif.

Pemahaman dan penerapan yang tepat dari ketiga tahap alur kerja ini sangat penting bagi keberhasilan produksi. Setiap tahap saling berkaitan, di mana kualitas gambar yang diambil pada tahap produksi akan menentukan efektivitas pesan *Corporate Branding* yang disampaikan pada hasil akhir video.

JUDUL AUDIO VISUAL : PERANCANGAN AUDIOVISUAL LAGU INDONESIA RAYA BERBASIS IDENTITAS UNIVERSITAS DHARMA ANDALAS

SUTRADARA : M. NUR FAHMI

KAMERAMEN : INDAH

EDITOR : ADITYA ILHAM MUSIM

Tabel 2.1 Working Schedule

No	Tahap	Kegiatan	Desember 2025				Januari 2026				Februari
			M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1
1	Pra Produksi	Rapat Pra Produksi dan Pembahasan Konsep Video	✓								
2	Pra Produksi	Penyusunan dan Finalisasi Story Line Video		✓	✓						
3	Pra Produksi	Penentuan Lokasi Pengambilan Gambar			✓						
4	Pra Produksi	Pembagian Tugas Tim Produksi	✓								
5	Produksi	Pengambilan Gambar Prime Shoot (Drone, Kampus, Mahasiswa)					✓	✓	✓		

6	Produksi	Pengambilan Gambar Aktivitas akademik dan Non Akademik						✓	✓	✓	✓
7	Produksi	Pengambilan Gambar Second Shoot (BEM, UKM, Wisuda, Prestasi)						✓	✓	✓	✓
8	Produksi	Pengambilan Gambar Tambahan dan Cadangan Footage						✓	✓	✓	✓
9	Pasca Produksi	Seleksi dan Penyusunan Footage								✓	✓
10	Pasca Produksi	Editing Video dan Sinkronisasi Audio Lagu Indonesia Raya								✓	✓

11	Pasca Produksi	Colour Grading dan Penambahan Transisi								✓	✓
12	Pasca Produksi	Evaluasi Hasil Vidio Bersama TimProduksi								✓	✓
13	Pasca Produksi	Revisi Akhir dan Finalilasi Vidio								✓	✓

(Sumber: Olahan Penulis)

2.6 Story line

Tabel 2.2 Story line

No	PIC	Keterangan
	Indah, Fahmi,Adit	Intro Video Menampilkan video kibaran bendera Merah Putih.
	Indah, Fahmi,Adit	Identitas & Lokasi Menampilkan video Drone Universitas Dharma Andalas dan Tugu Api Simpang Haru sebagai penanda identitas dan lokasi yang familiar.
	Indah, Fahmi,Adit	Atribut Kampus Menampilkan mahasiswa yang mengenakan Almamater Universitas Dharma Andalas di area kampus.
	Indah, Fahmi,Adit	Mobilitas Menampilkan mahasiswa yang berangkat ke kampus dengan menggunakan berbagai transportasi umum (Kereta, Trans Padang, Angkot, dan Transportasi Online).
	Indah, Fahmi,Adit	Nilai Spiritual Menampilkan pelaksanaan doa di Aula Universitas.
6	Indah, Fahmi,Adit	Interaksi Sosial Menampilkan mahasiswa yang berkumpul dan saling menyapa.

7	Indah, Fahmi,Adit	<p style="text-align: center;">Kegiatan Praktik</p> <p style="text-align: center;">Menampilkan kegiatanpraktek mahasiswa di laboratorium atau area kerja.</p>
8	Indah, Fahmi,Adit	<p style="text-align: center;">Proses Belajar</p> <p style="text-align: center;">Menampilkan kegiatan dosen mengajar di kelas.</p>
9	Indah, Fahmi,Adit	<p style="text-align: center;">Prestasi & Organisasi</p> <p style="text-align: center;">Menampilkan video prestasi mahasiswa serta kegiatan BEM dan UKM.</p>
10	Indah, Fahmi,Adit	<p style="text-align: center;">Hasil Pendidikan</p> <p style="text-align: center;">Menampilkan video kegiatanwisuda dandiakhiri dengan logo Universitas Dharma Andalas.</p>

(Sumber : Olahan Penulis)

2.7 Tabel Estimasi Anggaran

Tabel2.3 Tabel Estimasi Anggaran Perancangan Audio Visual

Item	Qty	Days / Hire	Satuan	Estimation
SonyZV E10 Mark I	1	3	Rp.250.000	Rp.750.000
Gimbal Stabilizer	1	3	Rp.200.000	Rp.600.000
Tripod Kamera	1	3	Rp.25.000	Rp.125.000
Drone DJI Neo 2	1	3	Rp.300.000	Rp.900.000
Lensa Yongnuo 50mm F1.8	1	3	Rp.50.000	Rp.150.000
Lensa SONY 35mmF1.8E Mount	1	3	Rp.75.000	Rp.225.000
Baterai Sony FZ50	2	3	Rp.25.000	Rp.150.000
MemoryCard U3 64GB	1	3	Rp.50.000	Rp.150.000
Transportasi	1	7	Rp.30.000	Rp210.000
Konsumsi Tim Produksi	3	7	Rp.25.000	Rp.525.000
Konsumsi Talent	4	1	Rp.20.000	Rp.80.000
Davinci	1	30	Rp.200.000	Rp.200.000
After Effect	1	30	Rp.130.000	Rp.130.000
TOTAL		<u>Sub.Total Rp.</u>		Rp. 4.195.000

(Sumber : Olahan Penulis)

2.8 Rundown

Tabel 2.2 Rundwon

NO	DURASI	URUTAN VIDEO	VISUAL	AUDIO
1	4 Detik	<i>Opening</i>	Menampilkan video kibaran bendera MerahPutihdengan efektransisi yang khidmat.	Musik Pembuka.
2	10 Detik	Identitas Lokasi	Menampilkan video <i>drone</i> Universitas Dharma Andalasdan Tugu ApiSimpang Haru sebagai penanda identitas.	Indonesia tanah airku, Tanah tumpah darahku.
3	10 Detik	Identitas Mahasiswa	Menampilkan mahasiswa yang mengenakanalmamater Universitas Dharma Andalas di area kampus.	Disanalah aku berdiri, Jadi Pandu ibuku.
4	9 Detik	Dinamika Mobilitas	Mahasiswa berangkat ke kampus menggunakan berbagai transportasi umum	Indonesia kebangsaanku, Bangsa dan tanah airku.

NO	DURASI	URUTAN VIDEO	VISUAL	AUDIO
5	8 Detik	Kebersamaan	Menampilkan interaksisosialmahasiswa yang berkumpul dan saling menyapa dengan hangat.	Marilah kita berseru, indonesia bersatu
6	5 Detik	Spiritual Institusi	Menampilkan pelaksanaan doa bersama di aula	Hiduplah tanahku, Hiduplah neg'riku,.
7	4 Detik	Enterpreneur	Menampilkan usaha Kopi Mahasiswa	Bangsaku, rakyatku, semuanya.
8	4 Detik	Kecerdasan	Menampilkan Mahasiswa di perpustakaan Mencari Buku	Bangunlah jiwanya

9	9 Detik	<i>Labor</i>	Menampilkan Kegiatan Labor (farmasi, sipil, ilkom, Hukum)	Bangunlah Badanya Untuk Indonesia Raya.
10	5 Detik	Kompetensi	Menampilkan cuplikan kegiatan proses mengajar.	(Reff) Indonesia raya, Merdeka, merdeka
11	5 Detik	<i>Teknologi</i>	Menampilkan Suasana Labor Komputer saat Praktek	Tanahku Negeriku yang kucinta
12	19 Detik	Organisasi	Menampilkan aktivitas aktif mahasiswa dalam kegiatan BEM dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM).	Indonesia raya, Merdeka, merdeka, Hiduplah Indonesia Raya, Indonesia Raya Merdeka Merdeka, Tanahku Negeriku Yang Kucinta
13	12 Detik	Keberhasilan	Menampilkan momen kebahagiaan dan kemegahan dalam kegiatan wisuda universitas.	Indonesia raya, Merdeka, merdeka, Hiduplah Indonesia raya.

14	4 Detik	<i>Closing</i>	Menampilkan logo Universitas Dharma Andalas sebagai penutup identitas visual.	(Musik Penutup) .
----	---------	----------------	-------------------------------------------------------------------------------	-------------------

(Sumber : Olahan Penulis)