

BAB II

KERANGKA TEORITS

2.1 Peran Editor Konsep Editor Dan Teknik Editing

2.1.1 Peran Editor

Editor bertanggung jawab untuk menyusun ulang, memperbaiki kesalahan, dan menyempurnakan konten mentah menjadi karya yang profesional dan menarik. Mereka menjaga kelancaran alur narasi, menghilangkan bagian tidak diperlukan, serta menyesuaikan pesan agar efektif menyentuh audiens target, seperti dalam dokumentasi event di mana editor mengedit video terbaik untuk membangun cerita *storytelling*. Selain itu, editor mengawasi aspek estetika dan teknis untuk meningkatkan daya tarik visual atau tulisan secara keseluruhan. (Saiful 2023).

2.1.2 Konsep Editor

Konsep editing merujuk pada pendekatan sistematis dalam mengolah bahan baku pasca-produksi, mulai dari seleksi elemen hingga penyusunan akhir yang harmonis. Proses ini menekankan kreativitas dalam mengintegrasikan klip video, gambar, atau teks untuk menciptakan narasi yang mengalir alami, dengan perhatian pada transisi halus dan efek pendukung yang memperkuat tema utama. Dalam fotografi jurnalistik, konsep ini mencakup pengelompokan gambar berdasarkan EDFAT (*enframing, details, framing, angle, time*) guna membentuk laporan visual yang informatif dan emosional. (fadila s 2023).

2.1.3 Teknik Editing

Berbagai teknik editing digunakan untuk mengontrol ritme, emosi, dan fokus konten, seperti potong langsung (*cut*) untuk transisi cepat, *dissolve* atau *crossfade* untuk kelancaran, serta efek seperti *zoom in/out*, *slow motion*, dan *color correction* guna menonjolkan detail penting. Teknik lanjutan termasuk *jump cut* untuk dinamika percakapan, *match cut* untuk keterkaitan simbolis antar adegan, dan speed ramping untuk variasi kecepatan yang dramatis, yang sering diterapkan profesional dalam video event atau foto series. Penerapan teknik ini disesuaikan dengan software seperti Adobe Premiere atau *Lighroom* untuk hasil optimal. (fadila s 2023).

Continuity editing adalah teknik penyuntingan yang menjaga kesinambungan visual dan audio antara satu adegan dengan adegan lainnya agar cerita dapat mengalir secara alami. Teknik ini membantu menghindari *efek jump cut* serta memastikan setiap transisi tetap logis dan nyaman diikuti. *Compilation editing* digunakan untuk menyusun berbagai cuplikan visual yang didukung oleh narasi suara. Teknik ini umum digunakan dalam film dokumenter atau laporan visual, karena mampu mengaitkan berbagai gambar dengan konteks narasi yang relevan. Tanpa narasi, gambar-gambar tersebut akan kehilangan makna. Dalam penyusunan video profil PT Generasi Edukasi Prima, *teknik compilation editing* dipilih karena memungkinkan penyelarasan narasi dengan visual yang informatif dan efektif dalam membangun citra perusahaan. (Ramadhani, N. I., & Saleh, A. 2025)

2.1.4 Teori Editing

Menurut Arnheim (1969) - Teori Estetika Visual Rudolf Arnheim dalam karya *Art and Visual Perception* menjelaskan bahwa persepsi visual bukan hanya tentang mengamati gambar, tetapi juga tentang bagaimana gambar tersebut mempengaruhi audiens secara psikologis. Efek visual dapat membantu menciptakan suasana, mempengaruhi emosi, dan memperjelas narasi dengan cara yang tidak bisa dicapai oleh kata-kata saja. Sebagai contoh, penggunaan efek visual seperti kontras warna atau pencahayaan yang dinamis bisa memperjelas perubahan suasana dalam narasi. (Farhan,2024).

2.1.5 Proses Produksi Video Company Profile

Berikut bagaimana proses pembuatan video company profile:

a. Penyusunan konsep (*concept*)

Penyusunan konsep merupakan tahap awal dalam proses produksi video company profile. Pada tahap ini dilakukan penentuan tujuan pembuatan video, sasaran audiens, pesan utama yang ingin disampaikan, serta citra perusahaan yang ingin dibangun. Selain itu, ditetapkan pula ide cerita, gaya visual, dan alur narasi agar video memiliki arah yang jelas dan sesuai dengan karakter perusahaan.

b. Perancangan (*design*)

Tahap perancangan mencakup perencanaan teknis dan visual video. Kegiatan pada tahap ini meliputi penyusunan naskah (*script*), *storyboard*, pemilihan lokasi pengambilan gambar, penentuan sudut kamera, pencahayaan, serta peralatan yang digunakan. Perancangan dilakukan agar proses produksi berjalan efektif dan hasil visual mampu mendukung pesan yang telah dirumuskan dalam konsep.

c. Penyuntingan (*assembly*)

Penyuntingan merupakan tahap penggabungan seluruh materi visual dan audio yang telah direkam. Pada tahap ini dilakukan pemilihan gambar terbaik, pemotongan klip, penyusunan alur video, penambahan musik latar, teks, narasi, serta koreksi warna. Proses penyuntingan bertujuan menghasilkan video yang menarik, komunikatif, dan memiliki kesinambungan visual serta pesan yang jelas.

d. Pengujian (*testing*)

Pengujian adalah tahap akhir sebelum video company profile dipublikasikan. Pada tahap ini, video ditinjau kembali untuk memastikan kesesuaian isi dengan konsep awal, kualitas audio dan visual, serta efektivitas penyampaian pesan. Evaluasi dilakukan dengan melibatkan pihak terkait untuk memperoleh masukan, sehingga video yang dihasilkan siap digunakan sebagai media komunikasi dan promosi perusahaan.

2.2 Color Grading dalam Editing Audiovisual

Color grading adalah tahap krusial dalam *editing audiovisual pasca-produksi* yang melibatkan penyesuaian warna, saturasi, dan tone untuk mencapai tampilan visual yang kohesif dan artistik pada video company profile Gedung Youth Center Bagindo Aziz Chan Padang tahun 2026. Teknik ini melampaui koreksi warna dasar dengan menciptakan narasi emosional, seperti menekankan vibransi kegiatan pemuda di fasilitas modern gedung tersebut. Optimalisasi ini relevan untuk dokumentasi event Dinas Pariwisata Padang, memastikan video promosi ekonomi kreatif tampak profesional dan menarik.

2.2.1 Pengertian color grading

Color grading didefinisikan sebagai proses manipulasi warna secara selektif untuk menyatukan footage dari berbagai sumber cahaya, menciptakan mood yang mendukung pesan video. Berbeda dari *color correction* yang fokus pada akurasi teknis seperti *white balance* dan *exposure*, *color grading* bersifat kreatif untuk membangun identitas brand, seperti tone hangat untuk nuansa energik Youth Center. Dalam video *company profile*, proses ini meningkatkan engagement penonton hingga 30-50% melalui visual yang sinematik.

2.2.2 Prinsip Dasar Color Grading

Proses dimulai dengan *primary correction* menggunakan *RGB wheels* untuk *shadows*, *midtones*, dan *highlights*, diikuti *secondary grading* untuk isolasi elemen spesifik.

- a) *Exposure dan Contrast*: Menyeimbangkan *brightness* untuk mencegah clipping pada shot gedung di Jl. Bgd. Aziz Chan No.2.
- b) *Color Temperature*: Mengoreksi dari *tungsten* ke *daylight* agar konsisten antar klip *event indoor-outdoor*.
- c) *Saturation dan Vibrance*: Meningkatkan intensitas warna tanpa oversaturasi, cocok untuk elemen arsitektur mewah Youth Center.

2.2.3 Teknik dan Tools

Teknik mencakup *curves* untuk *kontras non-linear*, *HSL qualifiers* untuk menarget warna tertentu (misalnya, kulit wajah peserta event), dan *noise reduction*.

- a) *LUT Application*: Mengimpor *LUT (look-up table) cinematic* seperti *Teal-Orange* untuk *look Hollywood* pada *footage log* dari kamera DSLR.
- b) *Shot Matching*: Menyamakan grade antar klip menggunakan *eyedropper tool* di *DaVinci Resolve* atau *Premiere Pro Lumetri*.
- c) *Grain dan Vignette*: Menambahkan *texture filmic* untuk estetika premium pada video promosi 2026.

2.2.4 Penerapan pada Video Youth Center

Untuk company profile Gedung Youth Center, grading diterapkan bertahap: primary untuk konsistensi, secondary untuk highlight fasilitas seperti aula tiga lantai, dan final touch untuk branding Dinas Pariwisata. Contoh: *Grade cool blue untuk shot eksterior* malam, warm golden untuk interior event, menciptakan *flow* naratif yang dinamis. Hasilnya, video tidak hanya informatif tapi juga inspiratif bagi masyarakat ekonomi kreatif youth center.

2.3 Teknik Sinematografi

Menurut (Ibrahim, 2022) sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris yaitu cinematography yang berasal dari bahasa Latin kinema yang berarti gambar. *Sinematografi* sebagai ilmu terapan yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide. Teknik *sinematografi* menjadi faktor utama dalam pembuatan film ataupun video. Penyampaian pesan dalam video sangat dipengaruhi oleh bagaimana kameramen bisa mengarahkan teknik *sinematografi* dengan baik.

Sinematografi adalah salah satu upaya manusia untuk menggambarkan kepada orang lain, melalui penggunaan teknik yang menggabungkan gambar gerak dan teks, jadi *sinematografi* merupakan seni dan teknik visual yang menceritakan kisah melalui gambar bergerak, melibatkan penggunaan kamera, pencahayaan, komposisi, dan pergerakan untuk menciptakan suasana, emosi, serta menyampaikan makna yang lebih dalam dari pada sekedar merekam.

2.3.1. Elemen Sinematografi

- A. Pencahayaan: teknik pencahayaan dalam video company profile Youth Center Bagindo Aziz Chan bertujuan menonjolkan keindahan arsitektur, menciptakan nuansa modern dan ramah, serta memberikan kesan profesional. Untuk shot eksterior, manfaatkan sinar matahari pagi atau sore (*golden hour*) yang lembut untuk menciptakan bayangan menarik. Untuk shot interior, menggabungkan cahaya alami dari jendela dengan pencahayaan buatan seperti *key light*, *fill light*, *backlight* untuk menyoroti ruang penting. Intensitas dan warna cahaya

disesuaikan agar mencerminkan semangat muda Youth Center, dengan sentuhan ceria yang tetap menjaga kesan terstruktur.

- B. Komposisi: teknik komposisi dalam video company profile Youth Center Bagindo Aziz Chan dirancang untuk membuat gambar menarik dan menyoroti keunggulan arsitektur serta fungsi gedung. Sutradara akan mengarahkan kameramen menggunakan aturan kaidah tiga (*Rule of Thirds*) untuk menempatkan objek utama seperti pintu utama, serta ruang ikonik lainnya pada titik perpotongan bingkai, sehingga menciptakan keseimbangan yang lebih dinamis. Selain itu, garis penuntun (*Leading Lines*) dari elemen alami gedung seperti koridor modern, garis atap, struktur baja, dan pilar bangunan akan dimanfaatkan untuk mengarahkan pandangan penonton menuju titik fokus.
- C. Warna: pemilihan warna dalam video company profile Youth Center dipilih untuk mewakili semangat muda. Pada saat pengambilan, akan diprioritaskan pemilihan sudut dan waktu yang mempertahankan keaslian warna dominan yang ada pada desain arsitektur. Pada tahap pasca-produksi, color grading akan dilakukan untuk menyelaraskan kontras, kejelasan, dan suhu warna agar seluruh video terlihat terpadu. Grading akan mengarah ke nuansa "*high key*" yang terang tapi masih mempertahankan posisi warna asli dari bangunan, dengan sentuhan warna hangat yang membuat suasana terasa ramah, semua ini bertujuan untuk menampilkan Youth Center sebagai tempat yang menarik, modern, dan cocok untuk kegiatan generasi muda.
- D. Pergerakan kamera: pergerakan kamera dirancang untuk menciptakan narasi visual yang dinamis dan komprehensif. Drone shot sebagai elemen *sinematografi* modern akan digunakan untuk mengambil pandangan udara yang luas, menampilkan hubungan gedung dengan lingkungan sekitar seperti taman dan jalan raya. Untuk *shot interior*, *dolly* maju/mundur dan *tracking lateral* akan diterapkan untuk mengikuti aliran koridor modern dan membimbing penonton memasuki ruang-ruang penting seperti exhibition hall atau ruang kegiatan lainnya, sementara gerakan slow motion dengan kecepatan teratur akan dipakai untuk menyoroti detail arsitektur yang khas seperti struktur baja atau desain atap. Semua gerakan kamera akan dijalankan dengan presisi

agar aliran video tetap mulus, menciptakan pengalaman penonton yang menyenangkan dan memperkuat pesan profesional serta ramah dari Youth Center.

2.3.2. Jenis Shot

- A. *Extreme Long Shot*: digunakan untuk menampilkan lokasi pusat, melalui drone shot yang menangkap pemandangan luas maupun shot lebar yang memperlihatkan kedudukan gedung Youth Center dan keberadaannya yang mudah dijangkau, shot yang menampilkan pusat sebagai bagian dari lingkungan perkotaan modern dapat menyoroti citra yang terkini dan sesuai dengan pemuda.
- B. *Long Shot*: skala lebih kecil dari *extreme long shot*, untuk pengambil gambar pada *exhibition hall* dan *co-working space* yang mana beserta aktivitas yang berlangsung didalamnya. Memungkinkan audiens melihat bagaimana ruang tersebut diisi oleh pemuda yang sedang beraktivitas.
- C. *Medium Shot*: untuk konteks lingkungan sekitar individu yang sedang difokuskan, pada saat pengambilan gambar menampilkan prelaman di studio room dan ruang lainnya sehingga audiens memahami bagaimana fasilitas digunakan dalam keaktifan sehari-hari. Dengan cara ini, medium shot tidak hanya memperkuat pesan tentang keaktifan dan kreativitas pemuda, tetapi juga membuat video terasa lebih dekat dan relatable, menjauh dari kesan terlalu formal yang tidak sesuai dengan citra youth center yang modern dan inklusif.
- D. *Group Shot*: memegang peran penting dalam menampilkan jiwa kebersamaan, keberagaman, dan inklusivitas Youth Center Bagindo Aziz Chan, karena mampu menangkap skala partisipasi pemuda dan suasana kumpul bersama yang penuh semangat. Baik diambil sebagai shot lebar yang mencakup semua peserta acara, shot menengah yang fokus pada kelompok kecil yang bekerja sama, atau shot dengan kedalaman bidang yang menyoroti beberapa individu di depan sambil mempertahankan latar belakang kelompok, group shot menunjukkan bahwa pusat adalah tempat di mana pemuda dari berbagai latar belakang dapat berkumpul, baik untuk mengikuti workshop kreatif, kerja tim, atau melaksanakan proyek komunitas. Ditambah dengan menggunakan

pencapaian yang hangat dan sudut pengambilan yang mendekati seperti *eye-level angle*, dapat menciptakan kesan keakraban dan kebahagiaan yang menular, sehingga audiens merasakan energi positif yang dihasilkannya. Cara ini, tidak hanya membuktikan dampak luas pusat pada komunitas pemuda tetapi juga memperkuat pesan bahwa Youth Center adalah tempat untuk tumbuh bersama dan membangun hubungan yang berharga.

E. *Tracking Shot*: yaitu shot yang mengikuti gerakan, terasa hidup dan seolah-olah audiens berada dilokasi. Baik pakai alat khusus maupun kamera yang stabil, *tracking shot* bisa mengikuti pemuda saat mereka berlatih nari, atau bekerja sama pada proyek sehingga audiens bisa merasakan semangat mereka secara langsung. Shot ini juga untuk melihat fasilitas secara perlahan, seperti melintasi gallery yang penuh pameran. Dengan begitu, *tracking shot* tidak hanya membuat video lebih menarik tapi juga menunjukkan bahwa Youth Center adalah tempat yang penuh gerakan, kreativitas, dan kesempatan untuk menjelajah.

F. *Close Up*: untuk menangkap detail kecil yang menyentuh hati di video. Shot ini fokus hanya pada wajah atau logo dari Youth Center, ketika pemuda menceritakan pengalaman mereka bisa menangkap ekspresi emosional yang halus seperti kegembiraan atau harapan sehingga audiens merasa lebih dekat dan bisa merasakan apa yang mereka rasakan. Dengan begitu, *close up* tidak hanya membuat video lebih berkesan tapi juga menunjukkan bahwa setiap pengalaman pemuda di pusat itu berharga dan penuh makna.

2.3.3. Hubungan Sutradara dan Teknik Sinematografi

Hubungan antara penyutradaraan dan teori sinematografi sangat erat dan krusial dalam pembuatan *video company profile* Youth Center, karena sutradara bertindak sebagai pemikir dan pengatur cerita, sedangkan teori *sinematografi* sebagai alat untuk mewujudkan visi tersebut menjadi visual yang bermakna. Sutradara menentukan pesan inti yang ingin disampaikan yaitu menampilkan pusat sebagai tempat yang penuh semangat, *inklusif*, dan terhubung dengan komunitas Padang. Memilih teknik *sinematografi* yang sesuai untuk menyampaikannya, seperti menggunakan *close up* untuk menciptakan koneksi

emosional, *tracking shot* untuk kecepatan dan imersi, atau *group shot* untuk kebersamaan. Teori *sinematografi* membantu sutradara memahami bagaimana elemen seperti jenis *shot*, sudut pengambilan, pencahayaan, dan gerakan kamera dapat memengaruhi persepsi penonton, sehingga setiap keputusan visual tidak cuma sekadar menarik tapi juga menguatkan pesan cerita.

2.3.4. Hubungan Sinematografi dan Efektifitas Video Company Profile

Menurut Muthmainnah dan Suwanda (2025), hubungan antara teknik sinematografi dan efektivitas video company profile terletak pada kemampuan elemen-elemen sinematik untuk meningkatkan kualitas komunikasi visual serta memperkuat pesan perusahaan. Penerapan teknik seperti komposisi gambar yang terencana, pencahayaan yang tepat, pergerakan kamera yang halus, pengaturan warna (*color grading*), serta penguasaan *depth of field*, menjadikan video lebih estetik sekaligus profesional. Visual yang dirancang secara sinematika bukan hanya membuat tayangan lebih menarik, tetapi juga membangun kesan kredibel terhadap perusahaan yang ditampilkan. Penonton menjadi lebih mudah memahami pesan karena visual diarahkan dengan jelas, sementara suasana emosional yang diciptakan oleh *lighting*, warna, dan *ritme editing* membantu membangun kedekatan emosional dengan *audiens*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produksi yang sinematik meningkatkan keterlibatan penonton, memperkuat citra dan identitas merek, serta menambah daya ingat *audiens* terhadap informasi yang disampaikan. Dengan demikian, teknik sinematografi berperan langsung dalam meningkatkan efektivitas *video company profile*, baik sebagai media informasi maupun sebagai alat branding dan komunikasi persuasif perusahaan.

2.4 Youth Center Bagindo Aziz Chan

Youth Center yang merupakan suatu tempat yang digunakan untuk kegiatan yang berkaitan dengan perkembangan hidup remaja. Pada umumnya, tujuan pembangunan Youth Center ini berguna untuk menunjang kegiatan remaja dengan beragam fasilitas penunjang yang bersifat umum guna menjadi tempat pemusatan kegiatan remaja dalam menampung dan menyalurkan minat serta bakat para

remaja, dengan memanfaatkan fasilitas Youth Center untuk aktifitas rutin maupun *insidental* yang diharapkan dapat mendukung aktifitas remaja. Untuk menunjang minat serta daya kreatif remaja maka didirikanlah sebuah Gedung Youth Center pertama yang ada di Sumatera. Gedung tersebut adalah Gedung Bagindo Aziz Chan Youth Center yang merupakan home (rumah) untuk pelaku ekonomi kreatif Kota Padang agar dapat berkreasi dan berinovasi (sofiati,2024). Gedung ini beralamat di jalan Bagindo Aziz Chan No.2, Alang Laweh, Kec. Padang Sel. Kota Padang, Sumatera Barat.

2.5 Relevansi Mata Kuliah

A. Produksi Studio

Di lingkungan studio, teknologi yang digunakan mencakup berbagai alat produksi video, mulai dari kamera, lighting, hingga perangkat pengeditan pasca-produksi. Editor di tahap pasca-produksi menggunakan efek visual untuk menyempurnakan hasil rekaman dan memberikan elemen visual yang mendukung narasi cerita. Di sinilah pentingnya penggunaan efek visual seperti transisi, pencahayaan, dan manipulasi warna untuk memperjelas tujuan naratif dan memandu audiens dalam mengikuti jalannya cerita. Penggunaan efek visual yang tepat dalam produksi studio dapat meningkatkan kualitas tayangan dan memperjelas narasi yang akan di tampilkan.

B. Produksi MultiMedia dan Media Online

Mata kuliah ini memberikan landasan yang kuat, terutama dalam memproduksi sebuah *video company profile* mulai dari merancang, memproduksi, dan mendistribusikan konten yang menarik dan efektif sehingga relevan dengan kebutuhan praktis di lapangan. Terkait merancang mulai dari *opening* hingga *closing* sampai narasi atau scrip yang efektif untuk mudah dipahami oleh *audiens*.

C. Komunikasi Grafis

Mata kuliah komunikasi grafis memberikan pengalaman pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip desain *visual*, *tipografi*, tata letak, dan penggunaan warna dalam menyampaikan pesan secara efektif. Mata kuliah ini sangat relevan kepada TA yang akan kami buat pesan yang disampaikan.

2.6 Proses Tahapan Editing Video Company Profile

Proses perancangan video company profile bergantung pada kedisiplinan dalam melewati tiga tahap: *pra-produksi*, *produksi*, dan *pasca-produksi*.

2.6.1 Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan tahap perencanaan awal yang menjadi dasar dalam proses *editing video company profile* Gedung Youth Center Bagindo Aziz Chan Padang tahun 2026. Pada tahap ini, editor melakukan analisis terhadap konsep dan visi proyek, yaitu menyampaikan pesan promosi pariwisata kreatif dan membangun citra Youth Center sebagai pusat pengembangan pemuda melalui visual yang menarik dan profesional. Selanjutnya, editor merancang konsep editing yang meliputi gaya *visual*, *ritme* potongan gambar, dan alur penyajian visual. Gaya editing dirancang menyesuaikan dengan suasana dinamis dan inspiratif selaras dengan identitas ekonomi kreatif Padang. Editor juga mempelajari *storyboard* dan *storyline* sebagai acuan dalam penyusunan gambar, sekaligus perencanaan teknis seperti format video 4K, resolusi tinggi, serta perangkat lunak editing seperti *Capcut pro* juga dipersiapkan pada tahap ini agar proses produksi berjalan efektif dan terarah.

2.6.2. Produksi

Pada tahap ini, editor mulai mengelola seluruh aset video dan audio yang telah dikumpulkan dari dokumentasi event Youth Center. Proses ini diawali dengan mengimpor dan mengorganisir *footage*, kemudian melakukan seleksi gambar untuk menentukan shot terbaik yang disesuaikan dengan konsep visual promosi fasilitas gedung seperti *tribun* santai dan ruang kreatif. Setelah proses seleksi, editor menyusun *rough cut* dengan mengatur urutan gambar secara garis besar mengikuti struktur narasi company profile. Penyesuaian durasi setiap shot dilakukan agar selaras dengan ritme musik latar dan dinamika promosi. Pada tahap ini pula, editor melakukan *color correction* dan *color grading* melalui aplikasi *Capcut Pro* guna menyatukan tone warna serta membangun suasana visual yang energik, modern, dan mencerminkan identitas Gedung Youth Center sebagai pusat ekonomi kreatif.

2.6.3 Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi merupakan tahap penyempurnaan akhir dari hasil editing untuk video company profile tahun 2026. Pada tahap ini, editor menambahkan elemen pendukung seperti logo Dinas Pariwisata Padang, teks identitas visual gedung, atau branding Youth Center secara proporsional agar mendukung pesan promosi. Editor juga melakukan pengolahan audio untuk memastikan kualitas narasi, musik latar, dan efek suara terdengar jernih dan seimbang. Selanjutnya, dilakukan proses evaluasi dan revisi berdasarkan masukan sutradara agar hasil akhir sesuai dengan konsep perancangan optimalisasi visual. Tahap akhir dari *pasca-produksi* adalah proses *rendering* agar menghasilkan *output* karya *audiovisual* yang siap digunakan sebagai media promosi Gedung Youth Center Bagindo Aziz Chan Padang.

2.7 Proses Perancangan Produksi

Proses perancangan video company profile bergantung pada kedisiplinan dalam melewati tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

2.7.1. Pra-Produksi

Tahap perencanaan dan persiapan krusial sebelum produksi dimulai, mencakup riset, pengembangan ide menjadi skenario, penjadwalan, pemilihan lokasi, perekrutan kru dan aktor, serta pembuatan *storyboard* dan *shot list*, yang memastikan semua elemen produksi terorganisir untuk kelancaran tahap produksi dan pasca-produksi:

- A. Pengembangan konsep dan visi: sutradara membangun konsep *video company profile* sebagai "Ruang Masa Depan Muda" yang menonjolkan fungsi gedung sebagai pusat kreativitas, seni budaya, dan edukasi. Visi ini diwujudkan dengan teknik sinematografi yang menciptakan kesan futuristik namun hangat, sejalan dengan nuansa komunitas yang ingin dibangun di Youth Center Bagindo Aziz Chan.
- B. Pemilihan dan pembentukan tim: tim yang dibentuk meliputi kameramen yang mahir dalam teknik gerakan kamera, penata cahaya yang memahami karakter cahaya di ruang terbuka dan tertutup gedung, serta editor semua ditujukan agar menjalankan konsep *sinematografi* yang direncanakan.

Table 2.1 Jobdest Tim

No	Peran	Anggota Tim	Tanggung Jawab Utama
1	Sutradara dan Naskah	Fani Apriliani	<ul style="list-style-type: none"> a. Memastikan bekerja sesuai jadwal b. Manajemen pengelolaan tim produksi c. Evaluasi kerja d. Memimpin kreatif yang menjelaskan visi perusahaan menjadi narasi visual yang kuat meliputi dari pra produksi hingga pasca produksi.
2	Kameramen	Angel Bunga Cantika	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengoperasikan kamera untuk merekam visual b. Memastikan teknik pengambilan gambar c. Menjaga kualitas visual
3	Editor	Rahma Dini	<ul style="list-style-type: none"> a. Focus pada penyuntingan klip b. Penyesuaian warna dan audio c. Memastikan optimasi kualitas video

C. Survai lokasi dan perancangan teknis: dilakukan ke setiap lantai gedung, mulai dari lantai utama, studio music, ruang seni, hingga ruang *co-working space*, untuk mengidentifikasi sudut pandang potensial (seperti liang langit gedung yang menciptakan cahaya alami ideal) dan merencanakan peralatan (lensa wide-angle untuk menampilkan ukuran gedung, pencahayaan tambahan untuk ruang yang gelap) yang sesuai dengan teknik *sinematografi*.

D. Merancang *storyboard produksi*: dibuat dengan mendetail setiap adegan, seperti gerakan dolly melintasi theater utama untuk menampilkan skala gedung serta komposisi bingkai yang menyoroti elemen arsitektur unik Youth Center semua dirancang berdasarkan prinsip sinematografi untuk menarik perhatian penonton.

story board

COMPANY PROFILE GEDUNG YOUTH CENTER

FRAME 1



Menampilkan gedung youth center dari extreme shot kamera

FRAME 2



Menampilkan interaksi pengunjung yang datang ke youth center dengan staf youth center

FRAME 3



menampilkan bagaimana cara menscan untuk menjadi pengunjung

FRAME 4



Menampilkan fasilitas dan kegunaannya

FRAME 5



menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di gedung youth center

FRAME 6



memperlihatkan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh pelaku ekraf

*Gambar 2.1 storyboard produksi
(sumber: olahan penulis)*

E. Menyusun anggaran produksi: setelah melakukan berbagai persiapan selanjutnya sutradara mengkalkulasikan anggaran yang diperlukan untuk tahap produksi, maupuan anggaran peralatan ataupun semua pengeluaran yang perlu dikeluarkan.

Table 2.2 Estimasi Anggaran

No	Item	Qty	Days	Satuan	Estimation
1	Cannon 1200 D	1	8	100.000	800.000
2	Drone DJI matic Air 3	1	1	200.000	200.000
3	Gimbal Stabilizer	1	4	30.000	120.000
4	Tripod kamera	1	4	50.000	200.000
5	SONY a 6400	1	1	100.000	100.000
6	Lensa Sony 3 mm f/1.8II	1	1	50.000	50.000
7	Lensa cannonEF 50 mm f/1.8 II	1	8	50.000	400.000
8	Baterai Cannon	2	8	20.000	320.000
9	Memori card 32 gb	1	8	15.000	240.000
10	Makan	3	8	35.000	840.000
11	Transportasi	2	8	15.000	240.000
12	Capcut Pro	1	30		150.000
	TOTAL				3.660.000

(sumber: oalahan penulis)

2.7.2. Produksi

Tahap esekusi setelah semua perencanaan sudah di tetapkan, fokus utama pada tahap ini kualitas serta kesesuaian perencanaan:

- A. Mengatur teknis produksi: sutradara mengkoordinasikan tim untuk menerapkan teknik sinematografi di lokasi, seperti memasang kamera di rig stabilizer untuk gerakan halus saat menelusuri koridor gedung, mengatur pencahayaan backlight di ruang seni untuk menyoroti karya anak muda, dan menggunakan lensa telephoto untuk menangkap momen interaksi di Youth Center.
- B. Mengawasi esekusi: selama produksi, sutradara memantau setiap take untuk memastikan komposisi bingkai sesuai *storyboard*, gerakan kamera tepat, dan penangkapan momen yang mewakili semangat muda di gedung.

C. Menjaga visi kreatif: sutradara selalu memastikan bahwa setiap elemen produksi tetap selaras dengan konsep "Ruang Masa Depan Muda" yang nantinya akan menghasilkan sesuai perencanaan.

2.7.3. Pasca-Produksi

Tahap akhir pembuatan film atau video setelah produksi selesai, meliputi penyuntingan (*editing*), penambahan efek visual, koreksi warna (*color grading*), pencampuran audio (*mixing*), penambahan musik, dan rendering menjadi produk akhir yang siap didistribusikan:

- A. Penyuntingan: sutradara bekerja sama dengan editor untuk menyusun adegan sesuai urutan cerita, menggunakan teknik potong yang selaras dengan irama *sinematografi*.
- B. Penyempurnaan audio: kualitas suara produksi di ruang terbuka dan tertutup gedung diperbaiki, ditambah musik latar yang modern dan penuh semangat yang sesuai dengan tema muda. sutradara memastikan bahwa audio dan visual *sinematografi* saling mendukung, sehingga penonton merasakan kehangatan dan semangat di Youth Center.
- C. *Visual* dan warna: *color grading* dilakukan untuk menyelaraskan nuansa warna dengan menggunakan warna biru muda dan hijau segar yang mencerminkan kehangatan komunitas dan kesegaran gedung. Teknik ini juga memperkuat kedalaman bingkai *sinematografi*, membuat tampilan gedung Youth Center lebih menawan dan profesional.
- D. Evaluasi dan revisi: sutradara melakukan evaluasi menyeluruh bersama pengelola gedung untuk memastikan video sesuai dengan harapan, teknik *sinematografi* terapkan dengan baik, dan benar-benar mewakili fungsi dan nilai Youth Center Bagindo Aziz Chan sebelum video disebar ke publik.

2.8 Story Line

Table 2.3 Story Line

No	PIC	Keterangan
1	Pihak Youth Center	Drone gedung Youth Center
2	Fani, Angel, Dini	Melihatkan pengunjung yang sedang registrasi
3	Fani, Angel, Dini	Seputar informasi gedung Youth Center
4	Fani, Angel, Dini	Menjelaskan informasi lantai 1 Exhibition Hall
5	Fani, Angel, Dini	Menjelaskan dan menampilkan Coworking Space
6	Fani, Angel, Dini	Menampilkan penampilan penggunaan Studio Music
7	Fani, Angel, Dini	Menyoroti penggunaan Training Room 1
8	Fani, Angel, Dini	Menampilkan sudut Meeting Room A-F
9	Fani, Angel, Dini	Melihatkan fasilitas di <i>Mini Theater</i>
10	Fani, Angel, Dini	Menunjukkan <i>Studio Podcast</i> dan <i>Room Photo Product</i>
11	Fani, Angel, Dini	Memperlihatkan ruangan <i>Gallery</i> .
12	Fani, Angel, Dini	Menampilkan logo Youth Center Bagindo Aziz Chan.
13	Fani, Angel, Dini	Memperlihatkan event yang diadakan di Youth Center Bagindo Aziz Chan.
14	Fani, Angel, Dini	Menampilkan Logo Youth Center Bagindo Aziz chan.

(sumber: olahan penulis)

2.9 Rundown

Table 2.4 Rundown

No	Durasi	Urutan Video	Visual	Audio
1	10 Detik	Opening logo youth center tampak luar	Video dimulai dengan efek fadein yang menampilkan logo YC. Music pembuka energik mengiringi visual logo “youth center bagindo aziz chan” dan shoot visual gedung YC tampak luar	Narasi: “berani tampil kreatif bersama Youth Center Bagindo Aziz Chan, setiap langkah adalah bagian dari perjalanan kreatif yang menciptakan peluang tak terbatas.
2	15 Detik	Tentang Youth Center Bagindo Aziz Chan	Shoot bagian depan serta masuk kedalam lobi	Kami merupakan gedung kreatifitas dibawah naungan Dinas Pariwisata, yang bertujuan menjadi wadah produktif bagi Masyarakat ekonomi kreatif kreatif:
3	10 Detik	Registrasi Youth Center Bagindo Aziz Chan	Talent berjalan masuk menuju receptionist dan melakukan regi strasi dengan cara scan barcode	Untuk berkarya, berkolaborasi, dan meningkatkan skill di bidang ekonomi kreatif, seni budaya, dan pariwisata.

No	Durasi	Urutan Video	Visual	Audio
4	55 Detik	Fasilitas yang tersedia di YC	Shoot setiap ruangan yang tersedia di Youth Center Bagindo Aziz Chan	Mencakup: exhibition hall, co;working space, studio music, training room, meeting room, mini teater, editing room, studio podcast, photo product, dan gallery.
5	10 Detik	Event yang sedang berlangsung	Menyuguhkan penampilan event yang sedang berlangsung	Kami mempertahankan integritas dan kompetensi dalam mengembangkan pertumbuhan pelaku kreatif kota padang.
6	10 Detik	Room Co-working space	Shoot visual perkumpulan komunitas kreatif room co-working space	Setiap tantangan kami taklukkan sebagai komitmen dalam memberikan yang terbaik, melangkah maju dan tanpa henti.
7	10 Detik	Youth Center tampak luar	Shoot menggunakan drone dengan efek zoom out	Dunia yang terus berubah dan Kreatifitas berkembang. Demikian juga kami berkualitas serta professional, berdaya saing tinggi, dan berbasis budaya.
8	5 Detik	Logo Youth Center	Menampilkan transisi pada logo Youth Center	Tidak menggunakan musik

2.10 Working Schedule

Judul Video

: Company Profile Youth Center

Sutradara

: Fani Apriliani

Kameramen

: Angel Bunga Cantika

Editor

: Rahma Dini

Table 2.5 Working Schedule

No	Tahap	Deskripsi	Target Perbulan											
			Oktober				November				Desember			
			Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 4	Minggu 5
1		Pengembangan Scenario			✓									
2		Pemilihan Sutradara	✓											
		Menyusun	✓											

		Tim											
3	Pra produksi	Hitung Anggaran Produksi											✓
4		Merancang Storyboard Produksi										✓	
5		Melengkapi perizinan & Lokasi								✓			
6		Memesan logistic											✓
7		Membuat projek proposal											

Produksi

No	Tahap	Deskripsi	Target Perbulan									
			Januari				Febuari					
			Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4		
8	Produksi	Memeriksa Ulang Kesiapan		✓								
		Tim Produksi		✓								
9		Menyiapkan Logistic		✓								

10		Mengamankan Lokasi		✓					
11		Melakukan Produksi Video		✓					
12	Pasca Produksi	Final Editing & Evaluasi				✓			