

## **BAB II KERANGKA TEORITIS**

### **2.1 Kameramen**

Menurut (Kutanto, 2017) kameramen ialah orang yang mengambil gambar menggunakan kamera untuk keperluan iklan, siaran tv, produksi video. Seorang kameramen harus merekam gambar sesuai konsep pengemasannya. Kameramen bertanggung jawab atas alat yang digunakan terhadap pengambilan gambar dan angle kamera seperti kamera apa yang digunakan, lensa apa yang akan dipasang dan equipment pendukung lainnya sehingga hasil dari pengambilan gambar tersebut sesuai dengan konsep dan arahan oleh sutradara.

Kameramen harus bekerja sama dengan sutradara dalam pengambilan gambar agar *camera angle*, *camera movement*, dan Teknik-teknik kamera mendapatkan pengambilan gambar yang bagus dan menarik dan juga memperkuat cerita dalam video tersebut dengan demikian.

#### **2.1.1 Konsep pengambilan gambar kameramen**

Kameramen harus mempertimbangkan jenis-jenis *shot*, *angle*, dan gerakan kamera untuk menciptakan video promosi yang efektif. Menurut Joseph V. Mascelli, terdapat beberapa unsur penting dalam teknik sinematografi yang perlu diperhatikan, yaitu:

##### *I. Menentukan jenis shot*

Dalam pengambilan gambar, pemilihan jenis *shot* sangat penting untuk menyampaikan pesan dan emosi yang diinginkan dalam sebuah video. Terdapat berbagai jenis *shot* yang digunakan, masing-masing dengan fungsi dan tujuan yang berbeda. *Extreme long shot* (EWS) biasanya digunakan untuk menunjukkan lingkungan secara luas, sering kali membuat subjek hampir tidak terlihat, sehingga menciptakan suasana yang *dramatis*. *long shot* (LS) menampilkan subjek secara keseluruhan, memberikan konteks tentang lokasi dan aktivitas yang dilakukan. *Medium Shot* (MS). Memerlihatkan subjek dari pinggang ke atas, ideal untuk dialog atau wawancara karena memungkinkan penonton melihat ekspresi wajah dan gerakan tubuh. *Medium Close Up* (MCU), di sisi lain,

menampilkan subjek dari dada ke atas dan memberikan fokus yang lebih besar pada ekspresi wajah tanpa menghilangkan konteks latar belakang. Ini sangat efektif untuk menyoroti emosi karakter sambil tetap memberikan sedikit informasi tentang lingkungan sekitarnya. *Close Up* (CU) menekankan detail wajah atau objek, membantu penonton merasakan emosi yang lebih dalam. Sementara itu, *Extreme Close Up* (ECU) digunakan untuk menyoroti detail kecil seperti mata atau mulut, sering kali untuk menciptakan ketegangan atau fokus pada reaksi tertentu. Dengan memahami dan menerapkan berbagai jenis shot ini, seorang kameramen dapat secara efektif mengkomunikasikan cerita dan emosi dalam video promosi yang di hasilkan.

## 2. Memilih *angle shot*

Memilih *angle* atau sudut pengambilan gambar adalah salah satu aspek penting dalam sinematografi yang dapat mempengaruhi cara penonton merasakan dan memahami sebuah adegan. Setiap sudut memiliki dampak emosional dan naratif yang berbeda. Misalnya, *low angle* atau sudut rendah, diambil dari bawah subjek, dapat memberikan kesan kekuatan dan dominasi, membuat subjek terlihat lebih besar dan lebih berpengaruh. Sebaliknya, *high angle* atau sudut tinggi, diambil dari atas, sering kali menciptakan perasaan ketidakberdayaan atau kerentanan pada subjek. *Eye level angle* adalah sudut yang paling netral, di mana kamera berada pada ketinggian mata subjek, memberikan perspektif yang seimbang dan realistis. Dengan memilih sudut yang tepat, seorang kameramen dapat menambah kedalaman emosional pada cerita yang disampaikan, membantu penonton terhubung lebih baik dengan karakter dan situasi yang ditampilkan. Oleh karena itu, pemilihan *angle* bukan hanya soal teknis, tetapi juga tentang bagaimana cara menyampaikan pesan secara efektif melalui visual.

## 3. Menentukan *movement* kamera

Memilih *angle* atau sudut pengambilan gambar adalah salah satu aspek penting dalam *sinematografi* yang dapat mempengaruhi cara penonton merasakan dan memahami sebuah adegan. Setiap sudut memiliki dampak

emosional dan naratif yang berbeda. Misalnya, *low angle* atau sudut rendah, diambil dari bawah subjek, dapat memberikan kesan kekuatan dan dominasi, membuat subjek terlihat lebih besar dan lebih berpengaruh. Sebaliknya, *high angle* atau sudut tinggi, diambil dari atas, sering kali menciptakan perasaan ketidakberdayaan atau kerentanan pada subjek. *Eye level angle* adalah sudut yang paling netral, di mana kamera berada pada ketinggian mata subjek, memberikan perspektif yang seimbang dan realistis. Dengan memilih sudut yang tepat, seorang kameramen dapat menambah kedalaman emosional pada cerita yang disampaikan, membantu.

#### 4. Mengatur komposisi

Mengatur komposisi dalam pengambilan gambar adalah langkah penting yang mempengaruhi bagaimana penonton merespon visual yang ditampilkan. Komposisi yang baik tidak hanya membuat gambar terlihat menarik, tetapi juga membantu menyampaikan pesan dengan lebih jelas. Salah satu prinsip dasar dalam komposisi adalah *rule of thirds*, di mana *frame* dibagi menjadi sembilan bagian yang sama dengan dua garis *horizontal* dan dua garis *vertikal*. Dengan menempatkan subjek utama di salah satu titik pertemuan garis ini, gambar menjadi lebih seimbang dan dinamis. Selain itu, elemen lain seperti *leading lines*, yang mengarahkan mata penonton ke subjek utama, juga dapat digunakan untuk menciptakan kedalaman dan perspektif. Penggunaan ruang negatif, yaitu area kosong di sekitar subjek, dapat memberikan fokus lebih pada objek utama dan menciptakan kesan yang lebih dramatis. Dengan memperhatikan komposisi, seorang kameramen tidak hanya meningkatkan kualitas visual dari video yang dihasilkan, tetapi juga memperkuat narasi dan emosi yang ingin disampaikan kepada penonton. Azrel (2024).

#### 2.1.2. Teori produksi sebagai Kameramen

Berikut adalah beberapa definisi video menurut para ahli:

1. **Azhar Arsyad:** Video adalah gambar-gambar dalam frame, di manframe demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup.

2. **Hamzah B. Uno & Nina Lamatenggo:** Video merupakan suatu program, film, atau produk media visual lainnya yang dapat memperlihatkan gambar bergerak, dengan audio atau tanpa audio, yang direkam dan ditabung secara digital.
3. **Sukiman:** Video adalah suatu media yang dapat menunjukkan gambar, disertai dengan suara, serta dapat diperlihatkan pada ketika yang bersamaan.
4. **Cecep Kustandi:** Video adalah suatu alat yang dapat menyajikan informasi, mengemukakan proses, mengajarkan keterampilan, memprovokasi sikap menyatakan konsep yang rumit, serta menyingkat atau memperlamba waktu.
5. **Arief S. Sadiman:** Video merupakan suatu media pengirim pesan yang dapat memperlihatkan sebuah suara dan gambar bergerak. Pesan tersebut berupa kenyataan (seperti berita atau kejadian dan peristiwa penting).

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa video adalah media yang menampilkan gambar bergerak, dengan atau tanpa suara, yang direkam dan disimpan secara digital, serta dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajarkan keterampilan, atau mempengaruhi sikap penontonnya.

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

1. Pra-Produksi

Pada tahap pra-produksi, kameramen berperan dalam perencanaan konsep visual dengan mengikuti rapat koordinasi untuk memahami tujuan dan pesan video company profile. Kameramen melakukan observasi lokasi guna menentukan komposisi gambar, sudut pengambilan, jenis shot, serta pergerakan kamera yang sesuai. Selain itu, kameramen menyiapkan shot list dan peralatan produksi untuk mendukung hasil visual yang sinematik.

## 2. Produksi

Pada tahap produksi, kameramen bertanggung jawab dalam pengambilan gambar dengan mengatur *framing*, fokus, pencahayaan, dan pergerakan kamera. Teknik *sinematografi* diterapkan melalui pemilihan *angle*, komposisi, serta *movement* kamera untuk menampilkan kemegahan gedung, aktivitas, dan fasilitas secara menarik dan profesional.

## 3. Pasca-Produksi

Pada tahap pasca-produksi, kameramen membantu menyeleksi footage terbaik dan memberikan masukan kepada editor terkait kualitas visual dan *color grading*. Evaluasi dilakukan untuk memastikan hasil video memiliki konsistensi visual dan mampu menyampaikan identitas Gedung Bagindo Aziz Chan secara efektif.

### 2.1.3 Teori semiotika

Semiotika adalah teori yang mempelajari tanda dan makna. Tanda digunakan untuk mewakili benda, ide, perasaan, situasi, dan kondisi tertentu. Dalam ilmu komunikasi, semiotika menjadi kajian penting karena bahasa pada dasarnya terdiri dari tanda, yaitu penanda dan petanda. Artinya, setiap kata, simbol, atau bentuk komunikasi memiliki makna di baliknya.

Menurut Roland Barthes, semiotika merupakan ilmu yang menafsirkan tanda-tanda, termasuk bahasa sebagai kumpulan tanda yang mengandung pesan sosial dan budaya. Tanda tidak hanya berupa bahasa lisan atau tulisan, tetapi juga dapat berupa lagu, gambar, logo, dialog, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Gerak tubuh sering muncul secara spontan dan tidak disengaja, sehingga dapat menunjukkan perasaan atau maksud seseorang yang sebenarnya.

### 2.2 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 factor 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.

### **2.2.1. Elemen Sinematografi**

- A. Pencahayaan: Pencahayaan dalam video company profile Youth Center Bagindo Aziz Chan bertujuan menonjolkan keindahan arsitektur serta menciptakan kesan modern, ramah, dan profesional. Shot eksterior memanfaatkan cahaya alami pagi atau sore (golden hour) untuk bayangan yang menarik, sementara shot interior mengombinasikan cahaya alami dan buatan (key, fill, back light) untuk menonjolkan ruang. Intensitas dan warna cahaya disesuaikan agar mencerminkan semangat muda yang ceria namun tetap 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.

- D. Pergerakan Kamera: Pergerakan kamera dirancang untuk membangun narasi visual yang dinamis dan menyeluruh. Drone shot digunakan untuk menampilkan hubungan gedung dengan lingkungan sekitar, sedangkan dolly dan tracking pada interior membimbing penonton menyusuri koridor dan ruang utama. Gerakan slow motion diterapkan untuk menonjolkan detail arsitektur khas. Seluruh pergerakan dilakukan secara presisi agar video tampil mulus, profesional, dan ramah.

### 2.2.2. 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 pengambilan gambar yang lebih kecil dibandingkan extreme long shot, digunakan untuk merekam area exhibition hall dan co-working space beserta aktivitas yang berlangsung di dalamnya. Teknik ini memungkinkan audiens melihat bagaimana ruang tersebut diisi oleh pemuda yang sedang beraktivitas secara dinamis. Selain itu, long shot juga diterapkan untuk menonjolkan keunikan arsitektur dan karakter ikonik Gedung Youth Center, sehingga bangunan tidak hanya tampil sebagai ruang aktivitas, tetapi juga sebagai simbol kreativitas dan pusat kegiatan generasi muda.
- C. *Medium Shot*: digunakan untuk menonjolkan ikon Youth Center sebagai simbol identitas dan karakter ruang kreatif bagi pemuda. Pengambilan gambar dilakukan dengan menempatkan ikon atau elemen visual khas Youth Center sebagai fokus utama, sambil tetap menampilkan sebagian lingkungan sekitarnya. Hal ini bertujuan agar audiens dapat mengenali ciri khas Youth Center sekaligus memahami konteks ruang yang mendukung aktivitas kepemudaan. Melalui medium shot, ikon Youth Center tampil

lebih jelas, mudah dikenali, dan memperkuat citra gedung sebagai pusat kreativitas yang modern, inklusif, dan dekat dengan generasi muda.

- D. *Group Shot* berperan penting dalam menampilkan kebersamaan, keberagaman, dan inklusivitas Youth Center Bagindo Aziz Chan. Melalui shot lebar, menengah, maupun dengan kedalaman bidang, group shot menangkap partisipasi pemuda dari berbagai latar belakang dalam suasana kolaboratif, seperti workshop, kerja tim, dan proyek komunitas.
- 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.
- 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.

### **2.2.3. Penerapan Teknik Sinematografi dalam Video Company Profile**

Dalam konteks pembuatan video company profile Gedung youth center padang, penerapan menggunakan Teknik sinematografi dapat di lakukan dengan:

1. Pemilihan sudut dan ukuran gambar  
Pemilihan sudut dan ukuran gambar bertujuan menampilkan kemegahan gedung serta aktivitas di dalamnya. *Wide shot* dan *extreme long shot* digunakan di awal video untuk memperlihatkan keseluruhan bangunan youth center dari luar. Selanjutnya, *medium shot* menampilkan aktivitas pengunjung dan staf, sementara *close-up* digunakan untuk menonjolkan detail fasilitas dan interior.
2. Komposisi yang menarik  
Komposisi gambar di rancang dengan memperlihatkan prinsip *rule of thirds*, Dimana objek utama ditempatkan pada titik-titik focus agar tampilan visual lebih seimbang dan enak di lihat.
3. Penggerakan kamera yang dinamis

Penggerakan kamera digunakan secara dinamis untuk memberikan kesan modern dan hidup. Teknik pan dan til diterapkan untuk memperlihatkan luas ruangan serta detail interior ruangan. *Teknik tracking shot* dan *follow shot* digunakan saat merekam aktifitas pengunjung. Untuk menmabhakan Kesan sinematik, digunakan *smooth camera* dengan bantuan *stabilizer* atau *tripod*.

#### 4. Pencahayaan yang tepat

Pencahayaan dalam video company profile memanfaatkan kombinasi *natural light* dan *artificial light*. Pada siang hari, Cahaya alami dari jendela besar gedung di dimanfaatkan untuk menghasilkan tampilan yang terang dan natural. Di dalam ruangan, pencahaya tambahan di gunakan untuk menghindari bayangan berlebihan dan menjaga detail objek.

### **2.3. Gedung 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 Azis Chan Youth Center yang merupakan home (rumah) untuk pelaku ekonomi kreatif Kota Padang agar dapat berkreasi dan berinovasi (sofiati,2024).

### **2.4. Relevansi Mata Kuliah**

#### **2.4.1 Produksi Studio**

Mata kuliah ini memberikan pondasi yang kuat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian produksi *company profile* yang nantinya akan kami produksi di gedung Youth Center. Mulai dari pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

#### **2.4.2 Produksi Muldi Media 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

#### **2.4.3 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.

### **2.5 Proses Perancangan Produksi**

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

#### **2.5.1. 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 Kreatif" 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.

Tabel 2.1 Jobdest Tim

No	Peran	Anggota Tim	Tanggung Jawab Utama
1	Sutradara dan naskah	Fani Apriliani	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memastikan bekerja sesuai jadwal</li> <li>b. Manajemen pengelolaan tim produksi</li> <li>c. Evaluasi kerja</li> </ul>
			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"> <li>a. Mengoperasikan kamera untuk merekam visual</li> <li>b. Memastikan teknik pengambilan gambar</li> <li>c. Menjaga kualitas visual</li> </ul>
3	Editor	Rahma Dini	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Focus pada penyuntingan klip</li> <li>b. Penyesuaian warna dan audio</li> <li>c. Memastikan optimasi kualitas video</li> </ul>

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.



*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, maupun 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	SONY a 6400	1	1	100.000	100.000
3	Gimbal Stabilizer	1	4	30.000	120.000
4	Tripod kamera	1	4	50.000	200.000
5	Drone DJI	1	1	200.000	200.000
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 canon	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	Capcut Pro	1	30		150.000
11	Transportasi	2	8	15.000	240.000
12	TOTAL				3.660.000

*(sumber: olahan penulis)*

### 2.5.2. 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 Kreatif" yang nantinya akan menghasilkan sesuai perencanaan.

### 2.5.3. 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.

## 2.6 Story Line

Table 2.3 Story Line

No	PIC	Keterangan
1	Fani, Angel, Dini	Youth Center, seputar informasi Gedung
2	Fani, Angel, Dini	Visi gedung youth center
3	Fani, Angel, Dini	Menampilkan ruangan yang ada di youth center
4	Fani, Angel, 7ini	Mulai ruangan exhibition hall dan coworking space
5	Fani, Angel, Dini	Menampilkan penampilan penggunaan studio

<b>No</b>	<b>PIC</b>	<b>Keterangan</b>
		music
6	Fani, Angel, Dini	Menyoroti penggunaan training room 1 dan 2
7	Fani, Angel, Dini	Menampilkan sudut meeting room a-f
8	Fani, Angel, Dini	Melihatkan mini theatre dan fasilitas pada editing room 1 & 2
9	Fani, Angel, Dini	Menunjukkan studio podcast dan room photo product
10	Fani, Angel, Dini	Melihatkan pengunjung yang sedang registrasi
11	Fani, Angel, Dini	Menyoroti event yang sedang berlangsung
12	Fani, Angel, Dini	Menampilkan logo youth center bagindo aziz chan

*(sumber: olahan penulis)*

## 2.7 Rundown

Table 2.4 roundup

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 pemuda 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 bundaya, dan pariwisata.
4	55 Detik	Fasilitas yang tersedia di YC	Shoot setiap ruangan yang tersedia di Youth Center Bagindo Aziz Chan	Mencangkup: <i>exhibition hall, co;working space, studio music, training room, meeting room, mini teater, editing room, studio</i>

No	Durasi	Urutan Video	Visual	Audio
				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 pemuda 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, berbudaya saing tinggi, dan berbasis budaya.
8	5 Detik	Logo Yc	Menampilkan transisi pada logo yc	Tidak menggunakan musik.

## 2.8 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	Pra Produksi	Pengembangan Scenario			✓									
2		Pemilihan Sutradara	✓											
		Menyusun Tim	✓											
3		Hitung Anggaran Produksi											✓	
4		Merancang Storyboard Produksi										✓		
5	Melengkapi perizinan & Lokasi								✓					

