

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 perangkat lunak editing .

2.1.2. Fungsi Audio Visual Dalam Media Komunikasi

Dalam kajian komunikasi organisasi dan *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 Referensial 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 estetik 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 estetik, 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 *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.

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. Elemen Visual (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. Pada Peran editor, elemen visual disimulasikan melalui beberapa sub elemen teknis sebagai berikut:

1. Komposisi Visual

Komposisi visual merupakan elemen penting dalam penyusunan gambar pada media audio visual. Menurut **Kusrianto (2021)**, komposisi visual adalah pengaturan unsur-unsur rupa seperti bentuk, warna, ruang, dan keseimbangan dalam satu bidang visual dengan tujuan menyampaikan pesan secara efektif dan komunikatif. Komposisi visual dalam editing berfungsi untuk mengarahkan perhatian penonton pada objek-objek utama yang memiliki nilai simbolik. Dalam proyek audio visual lagu *Indonesia Raya*, komposisi visual digunakan untuk menonjolkan simbol kebangsaan dan identitas kampus, seperti bendera Merah Putih, logo Universitas

Dharma Andalas, serta aktivitas akademik. Penataan visual yang seimbang dan terstruktur mencerminkan citra kampus sebagai institusi pendidikan yang profesional, tertib, dan berwibawa.

2. Warna (Color dan Color Grading)

Warna merupakan elemen visual yang memiliki fungsi estetis sekaligus simbolik. Menurut **Supriyadi (2020)**, warna dalam komunikasi visual memiliki peran psikologis yang dapat membangun suasana, emosi, serta makna tertentu bagi audiens. Dalam editing audio visual, warna diolah melalui proses *color grading* untuk menciptakan kesatuan suasana visual. Penggunaan warna merah dan putih dalam perancangan audio visual lagu *Indonesia Raya* tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga sebagai simbol nasionalisme. Konsistensi warna membantu memperkuat identitas visual Universitas Dharma Andalas sebagai bagian dari bangsa Indonesia yang menjunjung nilai kebangsaan.

3. Gerak (Motion Visual)

Gerak visual merupakan elemen yang memberikan dinamika dalam tayangan audio visual. Menurut **Sumarno (2020)**, gerak dalam media audio visual berfungsi untuk menciptakan ritme, kesinambungan, dan dinamika visual agar tayangan tidak bersifat statis. Dalam editing lagu *Indonesia Raya*, gerak visual disesuaikan dengan tempo dan karakter lagu. Gerakan kamera yang halus dan terkontrol digunakan untuk menciptakan suasana khidmat, sedangkan peningkatan dinamika visual pada bagian klimaks lagu

digunakan untuk menggambarkan semangat, kebersamaan, dan kebanggaan civitas akademika Universitas Dharma Andalas.

B. Elemen Audio (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 detail.

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 Konstitusional dan Legalitas Formatif

Lagu Indonesia Raya bukan sekadar karya seni musik, melainkan Identitas Negara yang kedudukannya diatur secara rigid oleh konstitusi dalam Undang- Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dalam perspektif sinematografi, regulasi ini mengamanatkan bahwa seluruh visualisasi yang menyertai lagu wajib menjaga marwah dan kehormatan simbol negara, sehingga dilarang menggunakan teknik pengambilan gambar yang bersifat merendahkan atau tidak relevan. Bagi seorang editor, hal ini berimplikasi pada kewajiban teknis untuk memastikan setiap rangkaian visual yang disusun mendukung suasana khidmat melalui pemilihan sudut pandang yang stabil, ritme potongan yang tenang, serta transisi visual yang halus (*smooth transition*). Penggunaan teknik penyuntingan yang tidak berlebihan menjadi keharusan demi menjaga psikologi audiens agar tetap berada dalam kondisi hormat dan khusyuk saat lagu diperdengarkan secara audiovisual di lingkungan Universitas Dharma Andalas.

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 editor adalah melakukan transkode visual dari lirik ke dalam rangkaian gambar yang bermakna. Ketika lirik menyentuh bagian “*Tanah tumpah darahku*”, editor tidak hanya menyusun visual lingkungan secara literal, melainkan merangkai representasi ekosistem fisik Universitas Dharma Andalas sebagai simbol mikro dari tanah air guna membangun makna bahwa kampus merupakan bagian integral dari kedaulatan bangsa. Lebih lanjut, bait “*Bangunlah jiwanya, bangunlah badannya*” diterjemahkan melalui penyusunan visual aktivitas intelektual sivitas akademika sebagai representasi pembangunan jiwa, serta penegasan kemegahan arsitektur kampus UNIDHA sebagai simbol pembangunan fisik. Dengan demikian, setiap elemen visual yang tersaji dalam struktur editing tidak lagi sekadar rangkaian gambar 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 Editing dan *Corporate Branding*

2.2.1. Pengertian Editing dan *Corporate Branding*

Editing merupakan tahap penting dalam proses pascaproduksi audiovisual yang berfungsi menyusun dan mengolah elemen visual serta audio agar membentuk karya yang harmonis dan bermakna. Melalui proses editing, potongan-potongan gambar dan audio yang sebelumnya terpisah disusun secara terstruktur sehingga menghasilkan alur visual yang jelas dan nyaman dipahami oleh

penonton. Dwipayana, Dwiyani, dan Bumiarta (2024) menegaskan bahwa editing berperan dalam membangun keteraturan visual serta kesinambungan audio-visual untuk mendukung penyampaian pesan secara efektif. Dalam konteks produksi audiovisual, editing tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis penyambungan gambar, tetapi juga sebagai proses kreatif yang membentuk struktur visual, alur penyajian, dan makna sebuah karya. Pratista (2021) menyatakan bahwa editor memiliki peran strategis dalam mengatur urutan shot, durasi tampilan gambar, serta hubungan antar adegan guna membangun emosi dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Melalui penyuntingan yang tepat, unsur visual dan audio dapat diselaraskan secara harmonis sehingga mampu menciptakan kenyamanan visual serta memperkuat penyampaian pesan, khususnya pada karya audiovisual berbasis musik yang memiliki ritme tertentu.

Corporate branding merupakan strategi komunikasi yang bertujuan membangun citra, identitas, dan reputasi sebuah institusi secara konsisten dan berkelanjutan. Wheeler (2017) menjelaskan bahwa corporate branding adalah proses terpadu dalam menciptakan dan mengelola identitas merek yang mencerminkan nilai, visi, dan karakter sebuah organisasi kepada publik. Corporate branding tidak hanya diwujudkan melalui elemen visual statis seperti logo dan identitas grafis, tetapi juga melalui berbagai media komunikasi, termasuk media audiovisual, yang mampu menyampaikan pesan

institusi secara naratif dan emosional. Dalam konteks ini, media audiovisual berperan sebagai sarana strategis untuk membentuk persepsi audiens terhadap institusi. Proses editing menjadi bagian penting dalam penyampaian corporate branding karena editor bertugas mengolah dan menyusun visual serta audio secara konsisten, profesional, dan selaras dengan identitas institusi, sehingga mampu memperkuat citra dan membangun persepsi positif audiens terhadap universitas.

Dalam *corporate branding* memiliki unsur dan upaya yang dilakukan untuk menghasilkan karya audio visual yang bisa meningkatkan nilai jual dari Universitas Dharma Andalas.

a. Unsur Corporate Branding

1. Implementasi pada Unsur Identitas Visual (Visual Identity)

Sebagai editor, implementasi unsur identitas visual dilakukan melalui proses pemilihan dan penataan visual pada tahap pascaproduksi. Editor memastikan bahwa elemen identitas Universitas Dharma Andalas, seperti logo universitas, jas almamater, papan nama gedung,

serta warna hijau khas UNIDHA, ditampilkan secara konsisten dan proporsional dalam rangkaian visual.

Melalui teknik shot selection, editor memilih gambar yang paling jelas dan representatif untuk menampilkan atribut identitas kampus. Penekanan identitas visual diperkuat melalui pengaturan durasi shot, cropping, serta color grading, sehingga warna hijau UNIDHA menjadi tone dominan dalam keseluruhan video. Konsistensi warna ini secara psikologis membantu audiens mengaitkan kualitas visual video dengan identitas Universitas Dharma Andalas sebagai institusi pendidikan yang profesional.

2. Implementasi pada Unsur Budaya Organisasi (Corporate Culture)

Unsur budaya organisasi dihadirkan oleh editor melalui penyusunan urutan visual yang menampilkan aktivitas nyata sivitas akademika. Editor menyusun potongan gambar mahasiswa yang sedang berdiskusi, berinteraksi, dan melakukan praktik akademik secara berkesinambungan sehingga membentuk narasi visual tentang budaya kampus yang aktif, kolaboratif, dan dinamis.

Melalui penerapan continuity editing, editor memastikan bahwa alur visual terasa alami dan tidak terputus. Selain itu, pengaturan rhythm editing dilakukan untuk menciptakan ritme visual yang hidup, selaras dengan karakter mahasiswa yang produktif dan modern. Dengan

demikian, budaya organisasi UNIDHA tidak hanya ditampilkan sebagai rangkaian gambar, tetapi disampaikan sebagai pengalaman visual yang menggambarkan energi positif dan semangat berkarya sivitas akademika.

3. Implementasi pada Unsur Komunikasi Korporat (Corporate Communication)

Sebagai editor, unsur komunikasi korporat diimplementasikan melalui penyesuaian makna antara audio dan visual. Editor bertanggung jawab memastikan bahwa pesan yang terkandung dalam lirik lagu Indonesia Raya diterjemahkan secara visual melalui pemilihan gambar dan penempatan shot yang tepat.

Pada bagian lirik yang bermakna, seperti “Bangunlah jiwanya”, editor menyusun potongan gambar close-up ekspresi mahasiswa yang menunjukkan semangat, fokus, dan integritas. Sinkronisasi ini dilakukan melalui audio-visual matching, sehingga pesan nasionalisme dari lagu dan pesan institusional UNIDHA tersampaikan secara bersamaan. Dengan cara ini, editor berperan sebagai penghubung makna antara audio dan visual agar pesan korporat universitas dapat diterima secara komunikatif dan emosional oleh audiens.

4. Implementasi pada Unsur Citra dan Reputasi (Corporate Image)

Unsur citra dan reputasi universitas dibangun oleh editor melalui kualitas akhir (final output) karya audiovisual. Editor memastikan bahwa setiap gambar yang digunakan memiliki ketajaman, stabilitas, dan komposisi yang baik dengan menghilangkan footage yang goyah atau kurang representatif.

Melalui penyusunan extreme wide shot hasil drone dan penempatan shot tersebut pada momen musikal yang tepat, editor membangun kesan kemegahan, kemapanan, dan kredibilitas Universitas Dharma Andalas. Proses color correction dan color grading dilakukan untuk menciptakan tampilan visual yang bersih, profesional, dan seragam. Kualitas teknis yang tinggi ini secara tidak langsung membentuk persepsi audiens bahwa UNIDHA adalah institusi yang menghargai standar mutu dan profesionalisme dalam setiap aspek kegiatannya.

b. Upaya yang Dilakukan Editor dalam Corporate Branding

Upaya peningkatan corporate branding oleh editor dilakukan melalui strategi penyusunan visual yang disengaja dan terarah. Editor menyusun shot dengan sudut pandang yang berwibawa, seperti low angle shot pada bangunan rektorat, dan menempatkannya pada

bagian lagu yang memiliki nuansa megah. Penempatan ini bertujuan membangun kesan institusi yang kuat, stabil, dan berotoritas.

Selain itu, editor memanfaatkan footage drone sebagai elemen visual utama untuk memperlihatkan skala dan fasilitas kampus secara luas. Penempatan shot udara pada momen klimaks lagu Indonesia Raya memperkuat kesan kemapanan dan daya saing institusi. Melalui pengaturan ritme editing, editor memastikan bahwa perpindahan antar shot terasa halus dan mendukung suasana khidmat.

Editor juga berperan dalam membangun keterlibatan emosional audiens dengan menyelaraskan visual dengan lirik lagu. Ketika lagu menyinggung pembangunan jiwa dan raga, editor menyusun rangkaian gambar aktivitas intelektual mahasiswa, ekspresi kesungguhan, serta interaksi akademik menggunakan durasi dan transisi yang tepat. Strategi ini bertujuan membangun asosiasi emosional antara semangat nasionalisme dan reputasi Universitas Dharma Andalas sebagai institusi yang berperan dalam mencetak generasi unggul.

Sesuai dengan pendapat Brown (2023) dalam *Cinematography: Theory and Practice*, bahwa visual tidak hanya berfungsi sebagai representasi realitas, tetapi juga sebagai sarana membentuk emosi audiens, peran editor dalam mengatur struktur visual dan ritme menjadi faktor penting dalam keberhasilan komunikasi institusional. Melalui kualitas editing yang konsisten, stabil, dan terkonsep, editor berkontribusi langsung

dalam memperkuat citra Universitas Dharma Andalas sebagai institusi pendidikan yang profesional, modern, dan menjunjung nilai kebangsaan.

2.2.1. Aspek Continuity Editing

Continuity editing merupakan prinsip penyuntingan yang menekankan kesinambungan visual agar rangkaian gambar dapat dipersepsikan sebagai satu kesatuan ruang dan waktu yang utuh. Prinsip ini berfungsi menjaga keteraturan hubungan antar shot sehingga perpindahan gambar tidak mengganggu pemahaman penonton terhadap alur visual. Kesinambungan tersebut mencakup konsistensi arah pandang, posisi objek, serta kesinambungan gerak dalam satu rangkaian visual. Dengan penerapan continuity yang tepat, editor mampu menyamarkan proses pemotongan gambar sehingga penonton tidak menyadari adanya proses teknis editing. Hal ini bertujuan agar perhatian penonton tetap terfokus pada isi dan pesan visual yang disampaikan.

Dalam konteks produksi audio visual, continuity editing berperan penting dalam membangun alur visual yang logis dan mudah diikuti. Editor bertugas menyusun shot berdasarkan hubungan sebab-akibat visual agar rangkaian gambar terasa alami dan tidak terputus. Ketidaktepatan dalam penerapan continuity dapat menimbulkan

kebingungan visual yang mengganggu kenyamanan penonton. Oleh karena itu, kesinambungan visual menjadi aspek penting dalam menjaga keutuhan narasi dan struktur visual sebuah karya. Prinsip ini memungkinkan visual mengalir secara konsisten tanpa menimbulkan distorsi makna.

Penerapan continuity editing juga berkontribusi dalam membangun identitas visual yang konsisten dalam sebuah karya audio visual. Keseragaman alur visual membantu menciptakan kesan profesional dan terstruktur terhadap objek yang ditampilkan. Dalam perancangan audiovisual berbasis institusi, kesinambungan visual berfungsi memperkuat citra dan karakter yang ingin dibangun. Visual yang tersusun secara konsisten akan lebih mudah dikenali dan diingat oleh penonton. Dengan demikian, continuity editing tidak hanya berfungsi teknis, tetapi juga memiliki peran komunikatif.

2.2.2. Aspek Rhythm Editing

Menurut Pratista (2021), *rhythm editing* merupakan salah satu aspek penting dalam proses editing yang berkaitan dengan pengaturan tempo visual melalui panjang dan pendeknya durasi shot. Ritme visual terbentuk dari pola pemotongan gambar yang disusun secara sadar oleh editor sehingga menghasilkan alur visual yang terasa teratur dan tidak monoton. Pengaturan ritme ini berpengaruh langsung terhadap kenyamanan penonton dalam mengikuti rangkaian gambar. Dengan

ritme yang tepat, perpindahan antar shot dapat terasa alami dan mendukung penyampaian pesan visual. Oleh karena itu, *rhythm editing* menjadi bagian penting dalam membangun struktur visual sebuah karya audio visual.

Rhythm editing tidak hanya ditentukan oleh kecepatan pemotongan gambar, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan antar shot yang disusun secara berurutan. Pratista menjelaskan bahwa perbedaan durasi shot dapat menciptakan variasi tempo yang membentuk dinamika visual dalam sebuah karya. Shot dengan durasi pendek cenderung menghasilkan ritme cepat, sedangkan shot berdurasi panjang menciptakan ritme yang lebih lambat dan tenang. Editor menggunakan perbedaan ritme tersebut untuk menyesuaikan suasana visual dengan kebutuhan naratif. Dengan demikian, *rhythm editing* berfungsi sebagai pengatur tempo visual yang mengarahkan emosi penonton.

Dalam karya audio visual yang berbasis musik, *rhythm editing* memiliki hubungan yang erat dengan irama audio. Menurut Pratista (2021), keselarasan antara ritme visual dan ritme audio dapat memperkuat kesan estetis serta meningkatkan daya tarik visual. Editor menyusun potongan gambar dengan mempertimbangkan ketukan, tempo, dan dinamika musik agar tercipta kesatuan antara gambar dan suara. Ketidaksesuaian ritme visual dan audio dapat menimbulkan

gangguan persepsi bagi penonton. Oleh karena itu, pengaturan rhythm editing harus dilakukan secara cermat agar visual mampu mendukung audio secara harmonis.

Rhythm editing juga berperan dalam membangun suasana dan emosi dalam sebuah karya audio visual. Pratista (2021) menyatakan bahwa ritme visual yang tepat dapat memperkuat nuansa tertentu, seperti semangat, ketegangan, atau kekhidmatan. Editor mengatur tempo visual untuk menyesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan dalam setiap bagian karya. Perubahan ritme visual dapat digunakan sebagai penanda perubahan suasana atau penekanan makna tertentu. Dengan demikian, rhythm editing menjadi alat ekspresif yang mendukung penyampaian pesan secara emosional.

Dalam perancangan audiovisual Lagu Indonesia Raya, penerapan rhythm editing digunakan untuk menyesuaikan visual dengan tempo dan karakter lagu nasional tersebut. Ritme visual yang disusun secara teratur dan selaras dengan musik bertujuan membangun suasana nasionalisme serta kebanggaan institusi. Editor memanfaatkan perubahan tempo visual untuk menegaskan momen-momen penting dalam lagu. Melalui pengaturan rhythm editing yang tepat, visual identitas kampus dapat disajikan secara dinamis namun tetap khidmat. Hal ini menunjukkan bahwa rhythm editing memiliki

peran strategis dalam membangun kesan dan identitas melalui karya audio visual.

2.2.3 Color Grading dalam Editing Audiovisual

Color grading merupakan bagian dari proses editing dalam tahap pascaproduksi audiovisual yang berfungsi untuk mengatur tampilan warna secara keseluruhan agar tercipta konsistensi visual dan suasana tertentu. Sebagaimana dijelaskan oleh Van Hurkman dalam *Color Correction Handbook*, *color grading* merupakan bagian dari workflow pascaproduksi yang bertujuan menyatukan tampilan visual serta membangun suasana dan emosi pada karya audiovisual. Melalui pengaturan warna, kontras, dan saturasi, editor dapat membentuk persepsi audiens terhadap makna visual yang disampaikan.

Dalam konteks *editing*, *color grading* tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersifat komunikatif dan estetis. Melalui pengaturan warna, kontras, dan saturasi, editor dapat membangun emosi audiens serta memperkuat makna visual yang ingin disampaikan. Warna menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap suasana, karakter, dan nilai yang direpresentasikan dalam karya.

Color grading juga berperan dalam menjaga kesinambungan visual (*visual continuity*), terutama ketika footage diambil pada waktu,

lokasi, dan kondisi pencahayaan yang berbeda. Dengan proses ini, editor memastikan bahwa keseluruhan visual terlihat seragam dan profesional.

Dalam karya audiovisual lagu Indonesia Raya berbasis institusi, *color grading* digunakan untuk mendukung suasana khidmat dan nasionalis. Editor mengatur warna agar tidak terlalu kontras atau berlebihan, sehingga visual tetap terasa elegan dan sesuai dengan karakter lagu. Selain itu, *color grading* dimanfaatkan untuk menonjolkan warna simbolik tertentu sebagai aksen visual tanpa menghilangkan warna lain yang bersifat natural.

Dengan demikian, *color grading* menjadi salah satu elemen penting dalam teori editing audiovisual karena berperan langsung dalam membentuk emosi, suasana, dan makna visual pada produk akhir.

2.3. Peran Editor dalam Produksi Audiovisual

Dalam proses produksi audiovisual, khususnya pada pembuatan karya video, peran editor memegang posisi yang sangat penting dalam menentukan kualitas dan makna akhir sebuah karya. Editor tidak hanya bertanggung jawab pada aspek teknis penyuntingan

gambar dan suara, tetapi juga berperan dalam membangun struktur narasi, ritme visual, serta penyampaian pesan kepada penonton. Oleh karena itu, untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep editor dalam konteks produksi video, diperlukan kajian terhadap definisi editor menurut para ahli yang dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini.

1. **Ranang A. Sugihartono & Amin Wibawa (2019)**: Editor dalam produksi audiovisual bertanggung jawab melakukan proses editing, yang meliputi memilih, memotong, menyusun, dan menggabungkan gambar serta suara dari hasil perekaman agar dapat membentuk rangkaian visual yang lengkap, komunikatif, dan sesuai dengan konsep karya. Proses ini melibatkan aspek teknis dan estetis dalam pembuatan video.
2. **Ken Dancyger (2019)** : Dalam buku *The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice*, Ken Dancyger menekankan bahwa Editing adalah praktik artistik dan estetis yang melibatkan pemilihan naratif dan teknis untuk menyusun gambar dan suara menjadi cerita visual yang bermakna. Editor tidak hanya melakukan pekerjaan secara teknis, tetapi juga membuat keputusan kreatif dalam menyampaikan cerita melalui rangkaian visual dan audio.
3. **Roy Thompson & Christopher J. Bowen (2019)** : Editor video adalah individu yang membangun cerita melalui pemilihan shot, pengaturan ritme, kesinambungan visual, serta transisi antaradegan sehingga

rekaman mentah dapat berubah menjadi narasi audiovisual yang koheren dan efektif. Editor berperan penting dalam menentukan struktur dan alur visual sebuah karya video.

Berdasarkan pendapat para ahli, editor dalam konteks produksi video merupakan tenaga kreatif dan teknis yang bertugas memilih, menyusun, serta menggabungkan unsur gambar dan suara hasil perekaman menjadi karya audiovisual yang utuh dan bermakna. Melalui proses editing, editor tidak hanya mengatur aspek teknis visual dan audio, tetapi juga membangun struktur narasi, ritme, dan emosi visual yang mendukung penyampaian pesan sesuai dengan konsep dan tujuan produksi

Dalam karya audiovisual lagu Indonesia Raya berbasis institusi, editor tidak hanya berperan secara teknis, tetapi juga secara konseptual. Editor berfungsi sebagai **penyaring dan penentu keputusan visual**, yaitu memilih footage yang paling representatif, menghilangkan gambar yang tidak mendukung pesan, serta menyusun urutan visual sesuai dengan struktur musik dan tujuan komunikasi institusional.

2.3.1 Editor sebagai Penentu Struktur dan Alur Visual

Editor berperan dalam membangun struktur visual melalui penyusunan urutan shot yang terencana. Melalui proses ini, editor menentukan bagaimana audiens memahami alur visual, emosi, dan pesan yang ingin disampaikan. Penyusunan alur tidak dilakukan secara acak, melainkan disesuaikan dengan dinamika lagu Indonesia Raya yang memiliki karakter khidmat dan nasionalis.

Dengan menerapkan **continuity editing**, editor memastikan transisi antar shot berlangsung halus dan logis. Alur visual yang terjaga membantu audiens tetap fokus pada pesan utama tanpa terganggu oleh perpindahan gambar yang tidak konsisten.

2.3.2 Editor sebagai Pengatur Ritme dan Emosi Audiens

Selain menyusun alur, editor memiliki peran penting dalam mengatur ritme visual melalui durasi dan tempo setiap shot. Pengaturan **rhythm editing** dilakukan dengan menyesuaikan potongan gambar terhadap tempo musik, sehingga visual dapat memperkuat suasana emosional lagu.

Dalam konteks lagu Indonesia Raya, editor secara sadar memperlambat atau mempercepat ritme visual pada bagian tertentu

untuk membangun rasa khidmat, kebanggaan, dan nasionalisme. Dengan demikian, emosi audiens tidak hanya dibentuk oleh musik, tetapi juga oleh keputusan editing yang terstruktur.

2.3.3 Editor sebagai Penyatu Audio dan Visual

Editor berperan sebagai pihak yang menyatukan audio dan visual agar membentuk satu kesatuan makna. Sinkronisasi antara lirik lagu dan visual dilakukan melalui proses **audio-visual matching**, di mana editor menempatkan shot-shot bermakna pada bagian lagu yang memiliki pesan simbolik.

Sebagai contoh, pada lirik yang menekankan pembangunan jiwa dan raga, editor memilih dan menempatkan visual aktivitas akademik dan ekspresi mahasiswa yang mencerminkan semangat dan integritas. Melalui proses ini, editor memastikan bahwa pesan lagu dan pesan institusi Universitas Dharma Andalas saling menguatkan.

2.3.4 Editor sebagai Penentu Kualitas Akhir Karya

Kualitas akhir sebuah karya audiovisual sangat ditentukan oleh proses editing. Editor bertanggung jawab terhadap konsistensi visual

melalui **color correction** dan **color grading**, sehingga tampilan video terlihat seragam, profesional, dan nyaman ditonton.

Selain itu, editor memastikan stabilitas visual dengan mengeliminasi footage yang goyah atau tidak representatif. Keputusan-keputusan ini berkontribusi langsung dalam membangun citra profesional Universitas Dharma Andalas sebagai institusi pendidikan yang menghargai kualitas dan detail.

2.4. Tahapan Kerja Editor Dalam produksi Audiovisual

Pada praktiknya, editor harus melewati tahapan-tahapan produksi yang berjalas secara sistematis sebagai berikut:

- a. Pra-Produksi** : Tahap pra produksi merupakan tahap perencanaan awal yang menjadi dasar dalam proses editing. Pada tahap ini, editor melakukan analisis terhadap konsep dan visi *project*, yaitu Menyampaikan pesan kebangsaan dan membangun citra Kampus UNIDHA melalui visual yang di padukan dengan lagu Indonesia Raya. Selanjutnya editor merancang konsep editing yang meliputi gaya pevisual, ritme potongan gambar, dan alur penyajian visual. Gaya editing dirancang menyesuaikan dengan suasana formal dan khidmat selaras dengan karakter lagu nasional. Editor juga mempelajari storyboard dan storyline sebagai acuan dalam penyusunan gambar, sekaligus perencanaan teknis seperti, format video, resolusi, serta perangkat lunak

editing juga dipersiapkan pada tahap ini agar proses produksi berjalan efektif dan terarah.

b. Produksi : Pada tahap ini, editor mulai mengelola seluruh aset video dan audio yang telah dikumpulkan. Proses ini diawali dengan mengimpor dan mengorganisir *footage*, kemudian melakukan seleksi gambar untuk menentukan shot terbaik yang disesuaikan dengan konsep visual dan alur lagu Indonesia Raya. Setelah proses seleksi, editor menyusun *rough cut* dengan mengatur urutan gambar secara garis besar mengikuti struktur lagu. Penyesuaian durasi setiap shot agar selaras dengan tempo dan dinamika musik. Pada tahap ini pula, editor melakukan *color correction* dan *color grading* melalui aplikasi Davinci Resolve Studio guna menyatukan tone warna serta membangun suasana visual yang formal, khidmat dan mencerminkan identitas institusi.

c. Paska produksi : Tahap paska produksi merupakan tahap penyempurnaan akhir dari hasil editing. Pada tahap ini, editor menambahkan elemen pendukung seperti logo Kampus UNIDHA, teks, atau identitas visual lainnya secara proporsional. Editor juga melakukan pengolahan audio untuk memastikan kualitas lagu terdengar jernih dan seimbang. Selanjutnya, dilakukan proses evaluasi dan revisi berdasarkan masukan sutradara agar halis akhir sesuai dengan konsep perancangan. Tahap akhir dari paska produksi adalah proses *rendering* agar menghasilkan output karya audio visual yang siap digunakan sebagai media representasi identitas Kampus UNIDHA.

2.5. Relevansi Mata Kuliah Terkait

Keberhasilan implementasi teknik sinematografi dalam proyek lagu Indonesia Raya berbasis *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:

2.5.1. Produksi Program Televisi

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 memiliki cakupan gambar (*coverage*) yang luas, seperti *master shot*, *cutaway*, hingga *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.

2.5.2. 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 standar penyiaran (*broadcast standard*).

2.6. Proses Produksi Perancangan 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.

2.6.1 Pra-Produksi (Tahap Perencanaan dan Strategi Visual)

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. Analisis Audiens 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 dan 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.

VIDEO STORYBOARD / SHOT LIST

PROJECT NAME: Audio Visual Indonesia Raya Universitas Dharma Andalas
NAME(S) OF THE PRODUCERS: M. Nurfahmi



ACTION:
Brid Eye Gedung Unidha



ACTION:
Bird Eye Tugu Api Simpang Haru



ACTION:
Mahasiswa Turun Dari Kereta



ACTION:
Mahasiswa Turun dari Bus (Trans Padang)



ACTION:
Long shoot and Close-up shot mahasiswa sampai di kampus dengan menggunakan motor



ACTION:
Mahasiswa bertemu dan saling menyapa

Gambar 2.1. *Storyboard* Produksi

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 dan Manajemen Logistik

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.

2.6.2 Produksi (Tahap Eksekusi dan Pengambilan Gambar)

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 di Lapangan

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 Bingkai

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*).

2.6.3 Pasca-Produksi (Tahap Finalisasi dan Penyelarasan)

Tahap pasca-produksi adalah fase pengolahan data mentah menjadi karya akhir yang siap didistribusikan. Langkah-langkahnya meliputi:

1. Penyuntingan Gambar (*Editing*)

Seluruh hasil rekaman dipilih dan disusun secara berurutan sesuai dengan irama lagu Indonesia Raya. Editor memastikan setiap potongan gambar (*cut*) memiliki transisi yang halus dan mampu membangun emosi penonton dari awal hingga puncak lagu.

2. Pengolahan Warna (*Color Grading*)

Salah satu bagian terpenting dalam *Corporate Branding* adalah konsistensi warna. Pada tahap ini, dilakukan penyesuaian warna agar identitas warna hijau Universitas Dharma Andalas terlihat akurat, tegas, dan sinematik. Proses ini memberikan sentuhan visual yang elegan dan menyatukan seluruh *footage* yang diambil dalam kondisi cahaya yang berbeda.

3. Integrasi Audio dan Penambahan Grafis

Menyelaraskan visual dengan audio orkestrasi Indonesia Raya yang megah. Selain itu, penambahan elemen grafis seperti teks nama universitas, logo, serta informasi penting lainnya dilakukan untuk memperjelas pesan dan identitas institusi.

4. Final Rendering dan Distribusi Digital

Proses akhir pengubahan proyek menjadi file video digital dengan resolusi tinggi (misalnya 4K atau Full HD). Hasil akhir dipastikan kompatibel untuk berbagai platform distribusi media sosial universitas guna menjangkau audiens secara luas dan efektif.

2.7. Konsep Video Branding

Video branding merupakan salah satu bentuk media komunikasi visual yang digunakan untuk membangun, memperkuat, serta memperkenalkan identitas suatu lembaga, organisasi, maupun institusi kepada masyarakat luas. Dalam konteks komunikasi visual, video branding tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan nilai, karakter, dan citra yang ingin dibangun oleh suatu institusi. Melalui kombinasi unsur visual, audio, narasi, serta teknik sinematografi, video branding mampu menciptakan pengalaman audiovisual yang lebih kuat dan emosional dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

Dalam perkembangannya, video branding banyak digunakan oleh institusi pendidikan sebagai strategi untuk memperkenalkan lingkungan akademik, fasilitas kampus, serta aktivitas mahasiswa kepada masyarakat. Penyampaian identitas institusi melalui media audiovisual dinilai efektif karena mampu menampilkan representasi visual yang nyata mengenai kehidupan kampus. Visualisasi tersebut dapat berupa gambaran fasilitas pendidikan, aktivitas akademik, kegiatan mahasiswa, hingga suasana lingkungan kampus yang menjadi bagian dari identitas institusi. Dengan demikian, video branding tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun persepsi positif terhadap institusi yang bersangkutan.

Selain menampilkan fasilitas dan lingkungan fisik kampus, video branding juga sering digunakan untuk merepresentasikan nilai-nilai yang menjadi karakter sebuah institusi pendidikan. Nilai tersebut dapat berupa semangat nasionalisme, kreativitas,

inovasi, maupun kemandirian mahasiswa dalam menjalankan berbagai aktivitas di lingkungan kampus. Penyampaian nilai-nilai tersebut melalui visual yang kuat dapat membantu membangun citra institusi yang lebih autentik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Dalam konteks Universitas Dharma Andalas, salah satu nilai yang berkembang dalam kehidupan kampus adalah semangat kewirausahaan yang mendorong mahasiswa untuk bersikap mandiri, kreatif, dan inovatif. Nilai kewirausahaan tersebut tercermin melalui berbagai aktivitas mahasiswa yang menunjukkan kemampuan dalam mengembangkan ide, menciptakan peluang usaha, serta berinteraksi secara produktif dalam lingkungan kampus. Oleh karena itu, dalam perancangan video branding berbasis video musik Indonesia Raya, visualisasi aktivitas mahasiswa yang mencerminkan semangat kewirausahaan turut ditampilkan sebagai bagian dari representasi identitas kampus. Kehadiran visual tersebut bertujuan untuk memperlihatkan bahwa Universitas Dharma Andalas tidak hanya menjadi tempat berlangsungnya kegiatan akademik, tetapi juga menjadi lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, kemandirian, serta jiwa wirausaha mahasiswa.

Melalui pendekatan visual yang terstruktur, pemilihan sudut pengambilan gambar yang tepat, serta penyusunan alur visual yang mendukung konsep branding, video yang dihasilkan diharapkan mampu menyampaikan identitas Universitas Dharma Andalas secara lebih jelas dan menarik. Dengan demikian, video branding tidak hanya menjadi media dokumentasi visual, tetapi juga menjadi sarana

komunikasi yang mampu memperkuat citra institusi serta menampilkan karakter kehidupan kampus secara lebih representatif.

2.8. 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 Sinematik)

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 cameramen mengimplementasikan teknik sinematografi—seperti sudut kamera yang berwibawa dan pergerakan kamera yang halus—untuk mewujudkan visi *Corporate Branding* institusi. Selama produksi, koordinasi antara cameramen 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 dan Penyelarasan Audio-Visual)

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 AUDIO VISUAL 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			
			minggu 1	minggu 2	minggu 3	minggu 4	minggu 1	minggu 2	minggu 3	minggu 4
1	Pra Produksi	Rapat Pra Produksi dan Pembahasan Konsep Video	✓							
2	Pra	Penyusunan dan Finalisasi Story		✓	✓					

	Produksi	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 demik 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	Color Grading dan Penambahan Transisi							✓	✓
12	Evaluasi	Evaluasi Hasil Video Bersama Tim Produksi								✓
13	Evaluasi	Revisi Akhir dan Finalisasi Video								✓

(Sumber: Olahan Penulis)

2.9. Story line

Tabel 2.2 Story line

No	PIC	Keterangan
1	Indah, Fahmi, Adit	Intro Video Menampilkan video kibaran bendera Merah Putih.
2	Indah, Fahmi, Adit	Identitas & Lokasi Menampilkan video Drone Universitas Dharma Andalas dan Tugu Api Simpang Haru sebagai penanda identitas dan lokasi yang familiar.
3	Indah, Fahmi, Adit	Atribut Kampus Menampilkan mahasiswa yang mengenakan Almamater Universitas Dharma Andalas di area kampus.
4	Indah, Fahmi, Adit	Mobilitas Menampilkan mahasiswa yang berangkat ke kampus dengan menggunakan berbagai transportasi umum (Kereta, Trans Padang, Angkot, dan Transportasi Online).

5	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Nilai Spiritual</p> <p>Menampilkan pelaksanaan doa di Aula Universitas.</p>
6	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Interaksi Sosial</p> <p>Menampilkan mahasiswa yang berkumpul dan saling menyapa.</p>
7	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Kegiatan Praktik</p> <p>Menampilkan kegiatan praktek mahasiswa di laboratorium atau area kerja.</p>
8	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Proses Belajar</p> <p>Menampilkan kegiatan dosen mengajar di kelas.</p>
9	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Prestasi & Organisasi</p> <p>Menampilkan video prestasi mahasiswa serta kegiatan BEM dan UKM.</p>
10	Indah, Fahmi, Adit	<p style="text-align: center;">Hasil Pendidikan</p> <p>Menampilkan video kegiatan wisuda dan diakhiri dengan logo Universitas Dharma Andalas.</p>

(Sumber : Olahan Penulis)

2.10. Tabel Estimasi Anggaran

Tabel 2.3 Tabel Estimasi Anggaran Perancangan Audio Visual

Item	Qty	Days / Hire	Satuan	Estimation
Sony ZV 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. 75.000
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 35mm F1.8 E Mount	1	3	Rp.75.000	Rp.225.000
Baterai Sony FZ50	2	3	Rp.25.000	Rp.150.000
Memory Card U3 64GB	1	3	Rp. 50.000	Rp. 150.000
Transportasi	1	7	Rp. 30.000	Rp.210.000
Konsumsi Tim Produksi	3	7	Rp. 25.000	Rp.525.000
Konsumsi Talent	4	1	Rp. 20.000	Rp. 80.000
Davinchi Resolve Studio	1	30	Rp. 200.000	Rp. 200.000
After Efect	1	30	Rp. 130.000	Rp. 130.000
TOTAL		<u>Sub.Total Rp.</u>		Rp. 3.970.000

(Sumber : Olahan Penulis)

2.11. Rundown

Tabel 2.4 Rundwon

NO	DURASI	URUTAN VIDEO	VISUAL	AUDIO
1	4 Detik	<i>Opening</i>	Menampilkan video kibaran bendera Merah Putih dengan efek transisi yang khidmat.	Musik Pembuka.
2	10 Detik	Identitas Lokasi	Menampilkan video <i>drone</i> Universitas Dharma Andalas dan Tugu Api Simpang Haru sebagai penanda identitas.	Indonesia tanah airku, Tanah tumpah darahku.

3	10 Detik	Identitas Mahasiswa	Menampilkan mahasiswa yang mengenakan almamater Universitas Dharma Andalas di area kampus.	Di sanalah aku berdiri, Jadi pandu ibuku.
4	10 Detik	Dinamika Mobilitas	Mahasiswa berangkat ke kampus menggunakan berbagai transportasi umum (Kereta, Trans Padang, Angkot,	Indonesia kebangsaanku, Bangsa dan tanah airku.

NO	DURASI	URUTAN VIDEO	VISUAL	AUDIO
			dan Ojek Online).	
5	5 Detik	Spiritual Institusi	Menampilkan pelaksanaan doa bersama di Aula Universitas.	Marilah kita berseru.
6	5 Detik	Kebersamaan	Menampilkan interaksi sosial mahasiswa yang berkumpul dan saling menyapa dengan hangat.	Indonesia bersatu.
7	10 Detik	Praktik Akademik	Menampilkan berbagai kegiatan praktik mahasiswa di laboratorium atau area kerja.	Hiduplah tanahku, Hiduplah neg'riku, Bangsaku, rakyatku, semuanya.

8	5 Detik	Peran Pendidik	Menampilkan visual dosen yang sedang memberikan materi pelajaran di dalam kelas.	Bangunlah jiwanya, Bangunlah badannya.
9	5 Detik	<i>Landscape</i> Kampus	Menampilkan kembali video <i>drone</i> Universitas Dharma Andalas secara luas (<i>extreme wide shot</i>).	Untuk Indonesia Raya.
10	10 Detik	Kompetensi	Menampilkan cuplikan lanjutan kegiatan praktik mahasiswa yang menunjukkan keahlian.	(Reff) Indonesia raya, Merdeka, merdeka, Tanahku, negeriku yang kucinta.
11	9 Detik	Prestasi	Kompilasi video atau foto pencapaian dan prestasi gemilang mahasiswa UNIDHA.	Indonesia raya, Merdeka, merdeka, Hiduplah Indonesia raya.

12	9 Detik	Organisasi	Menampilkan aktivitas aktif mahasiswa dalam kegiatan BEM dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM).	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)

