

BAB II

TINJAUAN PENCIPTAAN KARYA

2.1 Media Sebagai Sarana *Audio Visual*

Media *audio visual* adalah media komunikasi yang memadukan unsur *visual* (gambar, teks, gerak) dan unsur *audio* (suara, musik, narasi) secara bersamaan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media ini mampu menarik perhatian dan memperkuat daya ingat audiens karena mengaktifkan dua indera sekaligus: penglihatan dan pendengaran.

Menurut Ningsih (2021), media *audio visual* memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara efektif karena mampu membangun suasana, mengekspresikan emosi, dan memperjelas pesan dengan lebih kuat dibandingkan media teks atau gambar saja. Kombinasi antara gambar bergerak, narasi, dan musik latar menciptakan pengalaman yang lebih *imersif* dan mudah diterima oleh berbagai kalangan *audiens*.

Saputra, Razilu, & Hidayath (2024) menjelaskan bahwa dalam konteks institusi pendidikan, media *audio visual* seperti *video company profile* tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun kredibilitas dan memperkuat citra institusi. Penyajian *visual* yang terstruktur dan profesional memberikan kesan pertama yang kuat terhadap institusi tersebut.

Media *audio visual* saat ini semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi *digital*, sehingga produksinya pun melibatkan berbagai teknik seperti sinematografi, animasi, *motion graphic*, hingga desain suara. Oleh karena itu, perancangan media *audio visual* harus mempertimbangkan aspek teknis dan estetika secara seimbang agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara maksimal oleh *audiens*.

2.2 Pengertian *Company Profile*

Company profile adalah media komunikasi yang berfungsi untuk memperkenalkan identitas, nilai, visi, misi, layanan, atau produk sebuah institusi atau perusahaan kepada publik secara menyeluruh dan terstruktur. Dalam konteks institusi pendidikan, *company profile* menjadi alat penting dalam membangun citra (*image building*), menarik minat calon mahasiswa, dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat luas.

Menurut Saputra, Razilu, & Hidayath (2024), *company profile* merupakan bentuk penyampaian informasi secara *visual* dan naratif yang bertujuan untuk membangun kepercayaan publik terhadap kredibilitas institusi. Konten ini biasanya dikemas dalam format *audio visual* yang dirancang dengan pendekatan kreatif, mencakup elemen *visual* seperti logo, fasilitas, kegiatan utama, hingga testimoni.

Sementara itu, Ningsih (2021) menjelaskan bahwa *company profile* dalam bentuk video memiliki keunggulan dalam hal efektivitas komunikasi karena mampu menyampaikan pesan secara cepat, menarik, dan mudah diingat oleh *audiens*. Dengan kombinasi antara *visual*, *audio*, dan narasi, video *company profile* mampu membentuk persepsi positif dalam waktu singkat.

Company profile tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi *branding* yang mencerminkan nilai-nilai institusi. Menurut Ayunisa & Sholeh (2021), penyusunan *company profile* yang baik harus mempertimbangkan unsur estetika, konsistensi identitas *visual*, dan kesesuaian dengan target *audiens* agar mampu memperkuat citra institusi di era *digital*.

2.3 Company Profile sebagai Digital Branding

Branding digital adalah proses membangun dan memperkuat citra, nilai, serta identitas suatu institusi atau individu melalui media *digital*. *Branding* ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform *digital* seperti media sosial, *website*, video streaming, hingga kampanye *visual online* yang dirancang untuk menjangkau target *audiens* secara luas, cepat, dan interaktif.

Menurut Anjel *et al.* (2022), *branding digital* merupakan strategi komunikasi yang tidak hanya menekankan pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penciptaan persepsi dan keterikatan emosional *audiens* terhadap sebuah entitas di dunia *digital*. Dalam konteks institusi pendidikan, *branding digital* membantu membentuk citra positif yang berkelanjutan melalui narasi, *visual*, serta pengalaman *digital* yang dirasakan oleh calon mahasiswa maupun masyarakat umum.

Saputri, Kusumaningrum, & Munawwaroh (2023) menyebut bahwa *branding digital* yang efektif harus memperhatikan konsistensi identitas *visual*, kualitas konten, dan pemanfaatan media yang relevan dengan perilaku *audiens*. Salah satu pendekatan yang terbukti berhasil adalah melalui konten *audio visual* yang disebarluaskan di *platform* seperti YouTube dan Instagram.

Dalam era informasi yang serba cepat dan kompetitif, *branding digital* menjadi salah satu penentu utama dalam membangun reputasi institusi pendidikan. Media seperti video *company profile* yang dirancang secara kreatif dan profesional, akan memperkuat daya tarik institusi, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperluas jangkauan *audiens* secara *digital*.

2.4 Manajemen Produksi Video *Company Profile*

Jenis manajemen produksi yang digunakan dalam pembuatan video profile Politeknik Angkatan Darat adalah *Hybrid Management* merupakan kombinasi dari dua pendekatan manajemen produksi:

1. **Linear**: Tahapan produksi dilakukan secara berurutan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, dengan kontrol ketat pada setiap tahapan.
2. **Agile**: Memberikan fleksibilitas dalam revisi dan penyesuaian selama proses produksi, terutama pada tahap pasca-produksi.

Dalam konteks Politeknik Angkatan Darat, *Hybrid Management* diterapkan dengan struktur sebagai berikut:

A. Pra-Produksi

- Produser
 - Menyusun *timeline* produksi
 - Menyusun anggaran (*budgeting*)
 - Mengurus perizinan dan akses lokasi
 - Koordinasi dengan *stakeholder* (Poltekad)
- Sutradara (*Director*)
 - Merancang konsep *visual* dan narasi video
 - Menentukan gaya *tone* dan gaya penyutradaraan
 - Diskusi intensif dengan DOP dan *Scriptwriter*
- *Talent Coordinator*
 - Menyusun jadwal narasumber dan *talent*
 - Konfirmasi kehadiran dan kesiapan *talent*
- Tim Publikasi
 - Melakukan Publikasi
 - Menentukan *platform* distribusi

B. Produksi

- Produser
 - Mengawasi jalannya produksi sesuai jadwal
 - Mengatur logistik dan kebutuhan kru di lokasi
- Sutradara (*Director*)
 - Mengarahkan seluruh proses syuting
 - Mengarahkan *talent* dan memastikan pengambilan gambar sesuai konsep
 - Mengarahkan seluruh proses syuting
 - Mengarahkan *talent* dan memastikan pengambilan gambar sesuai konsep
- *Sound Person / Audioman*
 - Merekam suara *ambience*, wawancara, dan VO langsung di lokasi
 - Menjaga kualitas *audio*
- *Talent Coordinator*
 - Memastikan *talent* hadir tepat waktu dan siap di lokasi
 - Mengatur urutan pengambilan gambar yang melibatkan mereka

C. Pasca-Produksi

- Produser
 - *Final check* terhadap hasil akhir
 - Menyusun laporan produksi kepada *stakeholder*
- Sutradara (*Director*)
 - Memberikan revisi dan *feedback* pada editor
 - Memastikan hasil akhir sesuai visi kreatif
- *Sound Person / Audioman*
 - *Mixing* dan *mastering audio* hasil rekaman
- Tim Publikasi
 - Menjadwalkan unggahan video ke platform (YouTube, IG, TikTok)
 - Membuat *caption*, *thumbnail*, dan *teaser*

Keunggulan dalam menggunakan *Hybrid Management* dalam Produksi Video Politeknik Angkatan Darat adalah memastikan setiap tahap produksi dilakukan dengan standar yang tinggi, mengurangi risiko kesalahan produksi dan revisi yang berulang, memberikan

ruang untuk penyesuaian tanpa mengganggu alur kerja utama, dan menghasilkan video yang tidak hanya informatif tetapi juga komunikatif dan menarik.

2.5 Manajemen P-O-A-D-E

Fungsi utama dalam manajemen produksi mengacu pada metode POADE (*Planning, Organizing, Actuating, Directing, Evaluating*), yang memastikan efisiensi produksi serta kesesuaian dengan standar komunikasi *visual* militer. Setiap fungsi memiliki peran yang krusial dalam keberhasilan produksi video company profile yang efektif dan profesional.

2.6 Tinjauan Karya Sejenis



Gambar 2.1 Company Profile Politeknik Elektronika Negeri Surabaya

Untuk memperoleh gambaran dalam perancangan *company profile* Politeknik Angkatan Darat Malang, dilakukan kajian terhadap karya sejenis dari institusi pendidikan vokasi lain. Salah satu yang menjadi referensi adalah Politeknik Elektronika Negeri Surabaya (PENS). Kajian ini mencakup aspek sejarah dan prestasi institusi, program studi dan fasilitas unggulan, kegiatan mahasiswa, serta visi dan misi institusi.

1. Sejarah dan Prestasi Institusi

Politeknik Elektronika Negeri Surabaya (PENS) didirikan pada tahun 1988 sebagai hasil kerja sama antara pemerintah Indonesia dan Japan International Cooperation Agency (JICA). Sejak berdiri, PENS telah berkembang menjadi salah satu politeknik terkemuka di bidang elektronika dan teknologi informasi. Politeknik ini sering meraih penghargaan sebagai politeknik negeri terbaik di Indonesia berdasarkan penilaian dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

2. Program Studi dan Fasilitas Unggulan

PENS menawarkan program pendidikan vokasi dari jenjang Diploma III, Diploma IV, hingga Magister Terapan. Program studinya mencakup bidang Teknik Elektronika, Teknik Telekomunikasi, Teknik Informatika, Teknik Mekatronika, dan Multimedia *Broadcasting*. Fasilitas unggulan yang dimiliki oleh PENS antara lain:

- Laboratorium modern untuk menunjang praktik mahasiswa dalam bidang teknologi.
- Pusat inovasi dan pengembangan yang berfungsi sebagai wadah riset dan pengembangan teknologi terbaru.
- Inkubator bisnis teknologi, yang mendukung mahasiswa dalam menciptakan produk inovatif berbasis teknologi.

3. Kegiatan Mahasiswa

Mahasiswa PENS aktif dalam berbagai kompetisi teknologi tingkat nasional dan internasional, terutama di bidang robotika, teknologi informasi, dan inovasi *digital*. Selain itu, terdapat berbagai organisasi kemahasiswaan yang mendukung pengembangan *soft skills* dan kepemimpinan mahasiswa.

4. Visi dan Misi Institusi

- **Visi:** Menjadi institusi pendidikan tinggi vokasi yang unggul di tingkat internasional dalam bidang teknologi dan seni.
- **Misi:**
 1. Menyelenggarakan pendidikan vokasi berkualitas tinggi berbasis teknologi.
 2. Melaksanakan penelitian terapan yang berorientasi pada kebutuhan industri.
 3. Berkontribusi dalam pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan inovasi teknologi.

Kajian terhadap *company profile* PENS memberikan gambaran mengenai struktur penyajian informasi dalam *company profile* sebuah politeknik. Struktur ini dapat menjadi referensi dalam menyusun *company profile* Poltekad Malang agar mencerminkan keunggulan institusi serta menarik bagi calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya.

5. Analisis Visual Video Profil PENS

Berdasarkan pengamatan terhadap video profil resmi PENS yang diunggah melalui kanal YouTube (PENS TV, 2022), video ini menggunakan pendekatan *visual* sinematik dengan alur narasi informatif dan penggunaan *footage drone*, aktivitas laboratorium, serta wawancara singkat. Durasi video cukup singkat (± 3 menit) namun mampu menyampaikan informasi utama dengan alur logis dan musik latar yang dinamis. Unsur-unsur seperti transisi *visual*, *tone* warna modern, serta integrasi teks dan logo institusi terlihat konsisten dan profesional, mencerminkan identitas PENS sebagai kampus vokasi teknologi.

6. Analisis Keterkaitan

Kajian terhadap *company profile* PENS tidak hanya memberikan gambaran mengenai struktur penyajian informasi dalam *company profile* sebuah politeknik, tetapi juga memberikan referensi dalam hal gaya *visual* dan pendekatan naratif. Struktur informasi yang sistematis, pengemasan video yang modern, serta penyampaian nilai-nilai institusi secara *visual* menjadi masukan penting dalam menyusun *company profile* Poltekad Malang agar mencerminkan keunggulan institusi, serta menarik bagi calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya.

7. Referensi Video

Politeknik Elektronika Negeri Surabaya. (2022). Video Profil 2022 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sW2mZ9TSWqw>