

Teknik Informatika

Pembuatan Video Company Profile LKP Cendana Menggunakan Teknik Cinematic

Mujabbir Fahrobby¹, Yusni Nyura², Subhan Hartanto³

^{1,2,3}Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimedia, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 17 Agustus 2025
Revisi Akhir: 18 Agustus 2025
Diterbitkan Online: 19 Agustus 2025

KATA KUNCI

video company profile, teknik cinematic, MDLC, promosi, LKP Cendana.

Keywords:

Company profile video, cinematic techniques, MDLC, promotion, LKP Cendana.

KORESPONDENSI

E-mail: mmjr.134@gmail.com

A B S T R A K

Di era digital ini video adalah bagian terpenting bagi para pengusaha dalam membangun sebuah perusahaan wajib memiliki media company profile sebagai identitas perusahaan. Namun saat ini LKP Cendana sangat kurang dalam pemanfaatan media promosi berbentuk video, ketiadaan video company profile menyebabkan identitas lembaga kurang dikenal luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menampilkan identitas lembaga, fasilitas, dan program pelatihan secara komprehensif guna meningkatkan daya tarik lembaga. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang terdiri dari enam tahap, yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Hasil penelitian berdasarkan kuesioner berbasis skala Likert menunjukkan bahwa video mendapat respons positif dari 100 responden, dengan rata-rata skor berada dalam kategori "Baik" hingga "Sangat Baik." Video ini juga terbukti efektif sebagai alat promosi, ditunjukkan dengan adanya penambahan tiga siswa baru setelah video dipublikasikan di media sosial. Dengan demikian, video ini berperan penting dalam meningkatkan citra lembaga dan menarik minat masyarakat terhadap program pelatihan yang ditawarkan.

A B S T R A C T

In the digital era, video has become a vital medium for corporate branding and promotion. A company profile video serves not only as a visual identity but also as an effective communication tool. However, LKP Cendana has yet to optimize video-based promotional media, resulting in limited public awareness of its institutional identity. This study aims to develop a cinematic-style company profile video to present the institution's identity, facilities, and training programs in a compelling and comprehensive manner. The research adopts the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which includes six stages: concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. Evaluation through a Likert scale-based questionnaire involving 100 respondents indicates a positive reception, with average scores falling within the "Good" to "Very Good" categories. The video's effectiveness is further supported by a measurable increase in student enrollment following its release on social media. These findings highlight the potential of cinematic video as a strategic promotional tool to enhance institutional image and attract prospective participants.

PENDAHULUAN

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Cendana merupakan lembaga pendidikan vokasi yang berfokus pada pengembangan kompetensi untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta didik. Sebagai lembaga yang berkomitmen untuk menyediakan layanan pendidikan berkualitas, LKP Cendana menyelenggarakan berbagai program pelatihan yang meliputi keterampilan teknis hingga pengembangan profesionalisme. LKP Cendana berperan penting dalam mempersiapkan peserta didik untuk menghadapi pasar kerja yang terus berkembang.

Di era digital ini video adalah bagian terpenting bagi para pengusaha, dalam membangun sebuah perusahaan wajib memiliki media company profile sebagai identitas perusahaan (Sunarya 2023). *Video company profile* dapat digunakan untuk pemasaran dan branding sebuah lembaga. *Video* yang menarik dapat membantu lembaga dalam membangun citra positif, meningkatkan reputasi, serta menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam rangka memperkenalkan lembaga kepada masyarakat luas dan menarik minat calon peserta didik. LKP Cendana telah memiliki sebuah *video company profile*, tetapi video tersebut kurang menarik karena tidak menyertakan narasi tentang profil lembaga, promosi ajakan, serta belum menampilkan ruangan dan fasilitas yang tersedia. Hal ini membuat video kurang informatif dan kurang mampu menarik minat calon peserta didik. Untuk menyelesaikan masalah yang ada maka penulis ingin membuat *video company profile* yang menarik menggunakan Adobe Premiere Pro.

Adobe Premiere Pro merupakan Software yang dikhususkan untuk membantu editor video mengedit clip-clip, audio, dan aset lainnya, seperti *title* (judul), *subtitle* (caption), serta gambar/ilustrasi sehingga menjadi video utuh yang dapat dinikmati oleh siapa pun (Enterprise, 2017). Dengan menggunakan software ini penulis dapat menerapkan berbagai teknik untuk membuat *video company profile* yang menarik, salah satu teknik yang digunakan yaitu Teknik Cinematic.

Teknik yang digunakan yaitu Teknik Cinematic melalui penggunaan teknik yang menggabungkan video dan teks untuk menghasilkan visual yang profesional. *Cinematography* memiliki berbagai etika, seperti pencahayaan, pengetahuan, komposisi, dan kebebasan berekspresi dalam imajinasi. *Cinematography* diartikan sebagai *The craft of making picture* (pengrajin gambar) (Ramadhani, 2024). yang dapat meningkatkan kualitas promosi dan daya tarik *video company profile* yang menarik agar mampu menyampaikan informasi mengenai LKP Cendana.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dalam metode ini memiliki 6 tahapan yaitu *Concept*, *Design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* (Gunawan, 2022). Pada tahap *material collecting* penulis menggunakan kamera Nikon untuk melakukan pengambilan gambar, dan pada tahap *assembly* penulis menggunakan software Adobe Premiere untuk melakukan editing video. Metode pengujian untuk mengukur bagaimana audiens memahami isi video yang disampaikan dan bagaimana perasaan setelah menonton *video company profile* LKP Cendana, penulis menggunakan kuesioner.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Video Company Profile LKP Cendana Menggunakan Teknik Cinematic" yang akan menghasilkan video yang menarik untuk memperbarui dan meningkatkan kualitas *video company profile* LKP Cendana.

TINJAUAN PUSTAKA

Company Profile

Company profile merupakan pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia [1].

Company Profile berisikan semua informasi perusahaan secara detail, mulai dari sejarah perusahaan, visi-misi, serta produk yang dipasarkan, agar informasi perusahaan dapat dengan mudah dilihat dan dibaca oleh banyak orang [2].

Video

Video adalah teknologi yang mampu menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan mengatur ulang gambar yang bergerak. Dimana dalam hal ini biasanya menggunakan sinyal elektronik, film seluloid, dan media digital. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan Indera pendengaran dan Indera penglihatan [3].

Proses Produksi

Dalam pembuatan film, terdapat 3 tahap yang akan diterapkan oleh penulis yang diambil dari buku berjudul 5 hari mahir bikin film karya Panca Javandalasta, yaitu:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap ini adalah tahap awal dalam proses pembuatan film. Panca Javandalasta dalam bukunya menuliskan bahwa tahap ini adalah proses persiapan hal-hal yang menyangkut semua hal sebelum proses produksi sebuah film dan proses yang sangat penting. Tahap tersebut seperti penyusunan *crew*, penjadwalan syuting, pembuatan skenario, dan *storyboard*.

2. Tahap Produksi

Tahap ini adalah tahap lanjutan dari tahap pra produksi, yaitu proses eksekusi semua hal yang sudah dipersiapkan pada proses pra produksi. Proses ini sangat membutuhkan stamina si pembuat film.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap ini adalah tahap terakhir, setelah proses syuting dilakukan maka akan dilanjutkan dengan proses finishing sebuah film sampai menjadi sebuah film yang utuh dan mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada penontonnya [4].

Cinematic

Cinematic merupakan salah satu upaya untuk menggambarkan kepada khalayak, melalui penggunaan teknik yang menggabungkan video dan teks untuk menghasilkan visual yang profesional. Cinematography memiliki berbagai etika, seperti video dengan memanfaatkan cahaya matahari. Pada video yang bagus, maka penguasaan kamera menjadi hal mutlak. Mulai dari bagian-bagian kamera serta teknik pencahayaan, pengetahuan, komposisi dan kebebasan berekspresi dalam imajinasi. Seluruh etika cinematography tersebut tentu harus dijalankan oleh videographer agar nantinya video yang dihasilkan memiliki kualitas yang diinginkan. [5].

Promosi

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan, membangun kesadaran merek, serta mencapai berbagai tujuan pemasaran lainnya. Melalui promosi, produk dan layanan dari perusahaan diharapkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat menarik minat mereka untuk menggunakannya. Sementara itu, promosi online, yang juga dikenal sebagai pemasaran digital, adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui internet dan platform digital. Dengan meningkatnya penggunaan internet, promosi online telah menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran banyak perusahaan. Metode ini memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas bisnis mereka dengan memanfaatkan berbagai media sosial [6].

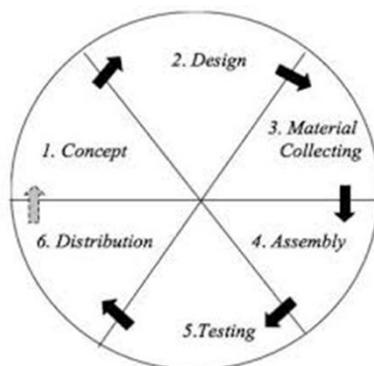
Voice Over

Menurut Eliana Franco dalam bukunya yang berjudul *Voice-over Translation: An Overview Voice over* didefinisikan sebagai teknik naratif yang berlawanan dengan apa yang disebut *narator karakter*, yaitu seorang narator yang merupakan karakter dalam film dan umumnya menceritakan kisahnya dalam sudut pandang orang pertama. Berbeda dengan narator karakter, narator *voice over third person* atau yang sering disebut komentator, biasanya membimbing penonton dalam menafsirkan suatu argumen dari jarak tertentu yang

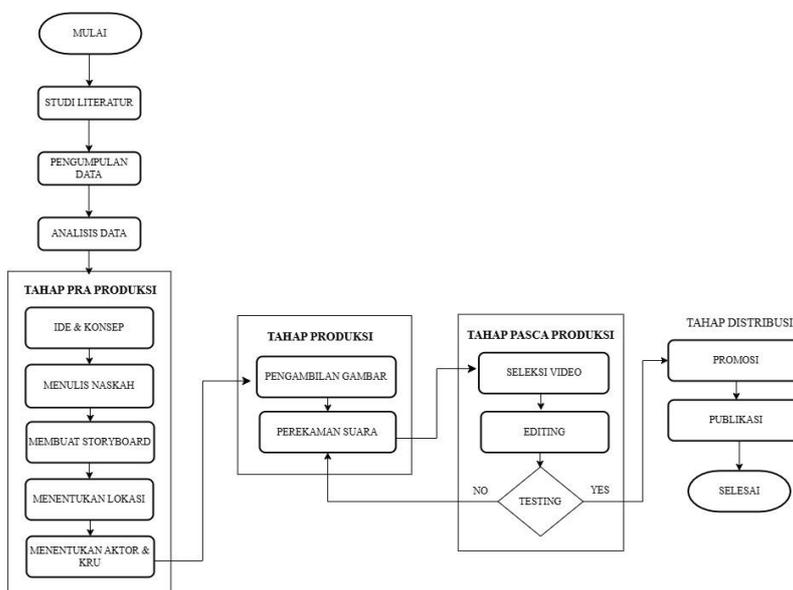
bersifat meyakinkan. Untuk waktu yang lama, teknik naratif ini menjadi pilihan utama dalam film-film yang meniru atau mengklaim merepresentasikan realitas. Hal ini disebabkan oleh banyaknya fungsi penting yang dilakukan oleh suara narator ini, seperti: menghubungkan adegan, memperkenalkan tokoh, menjelaskan konteks, mengomentari peristiwa, serta menilai orang dan situasi [7].

METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode MDLC yang memiliki enam tahap yaitu, konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Dengan melewati rangkaian proses produksi, dimulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.



Gambar 1 Metode MDLC



Gambar 2 Proses produksi

Tahap penelitian

1. Konsep

Tahap ini adalah tahapan awal dari proses MDLC, ide dasar video dirancang dengan menetapkan tujuan, menentukan audiens yang akan dituju, dan menyusun pesan utama yang ingin disampaikan. Dalam konteks video company profile, konsep mencakup penjelasan mengenai identitas perusahaan, visi, misi, dan layanan utama.

2. Perancangan

Tahap perancangan melibatkan perencanaan atau pra-produksi. Pada proses ini dilakukan pembuatan storyboard, penyusunan skenario, pemilihan lokasi pengambilan gambar, pemilihan aktor atau talent, dan pemilihan alat-alat produksi seperti kamera, pencahayaan, dan audio. Dalam video company profile, setiap adegan dirancang untuk memperlihatkan identitas perusahaan yang menarik.

3. Pengumpulan bahan

Pengumpulan materi mencakup pengambilan footage, rekaman suara, serta pengumpulan elemen tambahan seperti grafis atau musik yang akan dimasukkan dalam video. Di tahap ini, semua materi seperti rekaman wawancara dan gambar pendukung diambil sesuai dengan storyboard yang sudah dirancang, memastikan seluruh materi memenuhi standar kualitas untuk hasil video yang maksimal.

4. Pembuatan

Pada tahap penyusunan, semua elemen yang telah dikumpulkan digabungkan menjadi satu video utuh. Proses ini mencakup pengeditan video, seperti pemotongan dan penggabungan footage, penambahan efek transisi, pengaturan warna, serta penambahan elemen grafis atau teks untuk memperjelas informasi. Voice-over atau musik latar juga ditambahkan untuk mendukung video dan membantu menyampaikan pesan dari video tersebut.

5. Pengujian

Video yang telah disusun diuji untuk menilai kelayakan dan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Pada tahap ini, beberapa pihak diminta meninjau video untuk memberikan masukan mengenai alur cerita, kualitas audio dan visual, serta kejelasan pesan. Revisi akan dilakukan sesuai dengan masukan yang diperoleh untuk memperbaiki elemen-elemen yang belum optimal.

6. Distribusi

Tahap akhir adalah mendistribusikan video company profile pada platform yang relevan, seperti situs web perusahaan, media sosial, atau sebagai bagian dari presentasi bisnis. Video disesuaikan dengan format dan resolusi yang tepat untuk memastikan dapat diakses dengan baik oleh audiens target.

Proses produksi

1. Pra produksi

Pada proses pra produksi penulis akan melakukan 3 hal yaitu menulis naskah, membuat storyboard, dan persiapan alat dan bahan.

2. Produksi

Pada tahap produksi Dimana naskah dan storyboard yang telah dibuat akan di kembangkan lebih lanjut dan menjadi acuan utama dalam proses pengambilan gambar.

3. Pasca produksi

Tahap pasca produksi adalah akhir dari seluruh rangkaian proses produksi. Pasca produksi dilakukan dengan pengeditan, pengujian dan terakhir distribusi.

Analisis data

Analisis daya dilakukan berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 100 responden terdiri dari beberapa pertanyaan yang berfokus pada penilaian terhadap Video Company Profile LKP Cendana, seperti kualitas visual, penyampaian informasi, kejelasan pesan, daya tarik visual, serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat terhadap lembaga. Hasil dari kuesioner ini digunakan sebagai dasar untuk menilai sejauh mana video tersebut efektif dalam menyampaikan identitas dan citra LKP Cendana kepada masyarakat.

Tabel 1 Skala likert

Nilai	Deskripsi
1	Sangat Tidak Setuju

2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah proses produksi dari pembuatan Video Company Profile LKP Cendana menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).

Ide dan Konsep

Ide dan konsep “Pembuatan Vidio Company Profile LKP Cendana Menggunakan Teknik Cinematic” terinspirasi dari video sebelumnya yang dinilai kurang menarik karena kurangnya penjelasan tentang LKP Cendana dan hanya menampilkan jenis jenis pelatihan. Video baru ini dibuat dengan teknik cinematic untuk meningkatkan daya tarik visual yang menarik.



Gambar 3 Video company profile sebelumnya

Perancangan

Pada tahap perancangan akan dilakukan dua tahap, yaitu penulisan naskah dan pembuatan *storyboard*. Penulisan naskah bertujuan untuk membuat narasi yang akan menggambarkan identitas, visi misi, layanan, serta keunggulan LKP Cendana secara informatif dan menarik. Pembuatan *storyboard* sebagai gambaran dari setiap adegan dalam video. *Storyboard* ini memuat sketsa gambar, penjelasan adegan, arah kamera, dan urutan visual yang dirancang untuk mendukung narasi secara efektif, sehingga menghasilkan video company profile yang terstruktur, dan komunikatif.

Naskah

Pembuatan naskah dilakukan dengan menggunakan aplikasi Celtx, merupakan perangkat lunak khusus untuk penulisan skenario secara profesional. Aplikasi ini memudahkan dalam menyusun struktur narasi, dan dialog. Dengan fitur-fitur seperti format skenario otomatis, penandaan lokasi, dan deskripsi visual, Celtx membantu tim produksi dalam menghasilkan naskah yang rapi, terorganisir, dan siap digunakan sebagai panduan utama dalam proses pembuatan video company profile LKP Cendana.

LONGSHOT

1. EXT. MENAMPILKAN GEDUNG LKP CENDANA DARI DEPAN
2. EXT. MENAMPILKAN GAMBAR GEDUNG LKP CENDANA DARI SAMPING

CLOSE UP

3. EXT. MENAMPILKAN GAMBAR PAPAN NAMA LKP CENDANA
Lkp Cendana merupakan lembaga kursus dan pelatihan yang fokus pada peningkatan masyarakat. Berdiri sejak 2007
4. ANIMASI ALAMAT LKP CENDANA
LKP Cendana berlokasi di JLN. Cendana No. 7, Kelurahan Teluk Lerog Ulu, Kecamatan Sungai Kunjang, Kota Samarinda

MEDIUM SHOT

Gambar 4 Naskah

Storyboard

Dalam pembuatan *storyboard*, penulis mulai membuat gambar dari naskah yang sudah dibuat dibuat sebelumnya. Gambar ini dibuat untuk menggambarkan setiap adegan dalam video. Penulis juga menambahkan keterangan tentang durasi. Teknik cinematic yang dipakai serta deskripsi setiap adegan.

Tabel 2 *Storyboard*

Storyboard	Durasi	Teknik cinematic	deskripsi
	4 detik	Long shot, hand held, cut to cut	menampilkan LKP Cendana dari depan
	2 detik	Shot shot, handheld, cut to cut	menampilkan gedung LKP Cendana dari samping.
	4 detik	Long shot, handheld, panning, tilt, blur	menampilkan papan nama LKP Cendana
	3 detik	Medium shot, tracking, cut to cut	menampilkan peserta memasuki ruang resepsionis

Persiapan alat dan bahan

Setelah tahap naskah dan storyboard dibuat, tahap selanjutnya adalah mempersiapkan alat dan bahan yang akan digunakan untuk proses pengambilan. Penelitian ini menggunakan kamera Kamera canon EOS 600D dan kamera HP Iphone 11 pro, dan alat lain seperti tripod dan *microphone wireless*.



Gambar 5 Persiapan alat dan bahan

Pembuatan

Dalam tahap pembuatan penulis melakukan pengambilan gambar dan *voice over*. Pengambilan gambar dilakukan di berbagai lokasi yaitu di dalam ruangan/*Interior* (INT) dan diluar ruangan / *Exterior* (EXT). Lokasi dalam ruangan mencakup area ruang kelas, di luar runagan mencangkup area gedung. Dalam tahap pengambilan gambar juga peneliti menerapkan beberapa teknik sinematografi type shot yaitu *long shot*, *medium shot*, dan *close up*.

1. Long shot

Peneliti menggunakan teknik long shot. Long shot merupakan pengambilan gambar secara utuh, teknik ini akan menampilkan keseluruhan bangunan LKP Cendana.



Gambar 6 Long shot

2. Medium shot

Penulis menggunakan teknik pengambilan gambar *medium shot*, yang menampilkan subjek dari pinggang ke atas. Teknik ini dipilih untuk memperlihatkan ekspresi wajah dan gestur ramah dari staf LKP Cendana, sambil tetap memperlihatkan sebagian latar belakang seperti meja kerja dan poster visi misi dan tujuan di dinding.



Gambar 7 Medium shot

3. Close up

Penulis menggunakan teknik close up. Close up merupakan pengambilan gambar yang fokus kepada objek dengan jarak yang sangat dekat, Teknik ini dapat menonjolkan detail dari kue hasil pelatihan.



Gambar 8 close up

Voice over

Dalam tahap voice over pada video Company Profile LKP Cendana dilakukan setelah pengambilan gambar. Voice over dilakukan dengan cara narator diberi arahan oleh sutradara dengan membaca naskah yang sudah dibuat. Tahap voice over menggunakan handphone dan dibantu oleh mic agar suara yang dihasilkan lebih maksimal. Setelah suara didapatkan maka tahap selanjutnya akan dilakukan pemilihan rekaman suara yang akan digunakan untuk kebutuhan video.



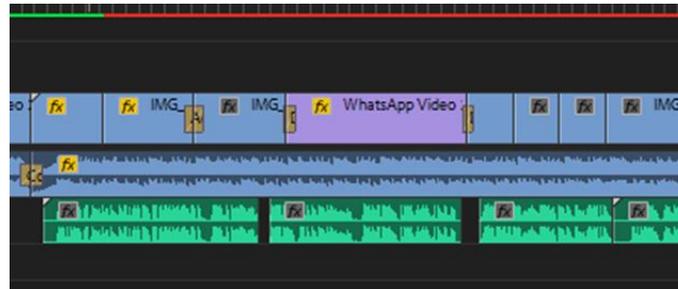
Gambar 9 Hasil voice over

Editing

Dalam tahap editing dilakukan beberapa tahapan yaitu pemotongan dan penyusunan klip, penyesuaian warna (*color grading*), penambahan efek transisi, dan penambahan elemen audio dan teks. Editing dilakukan menggunakan software Adobe Premier Pro.

1. Pemotongan dan Penyusunan klip

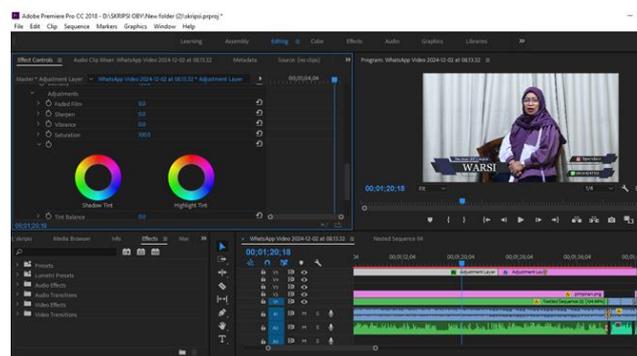
Pada tahap ini melibatkan pemilihan, pemisahan, dan mengatur klip-klip rekaman untuk membentuk alur yang sesuai. Pemotongan dimulai dengan memilih klip terbaik, mengatur durasi, dan menghilangkan bagian yang tidak diperlukan. Penyusunan klip dilakukan untuk menyusun potongan klip dalam urutan yang tepat.



Gambar 10 Proses pemotongan dan penyusunan klip

2. *color grading*

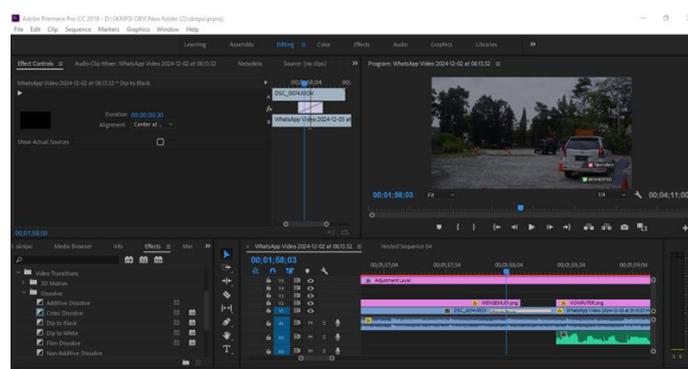
Pada tahap ini *color grading* digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan warna dalam video agar terlihat lebih terang dan jelas.



Gambar 11 *color grading*

3. Efek transisi

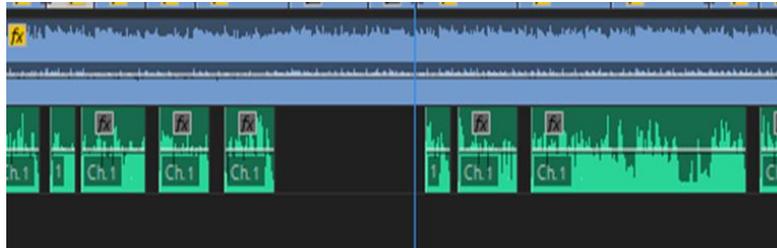
Pada tahap ini digunakan untuk menghubungkan dua klip secara halus. Efek transisi yang digunakan adalah cut to cut, fade in/out, dan blur.



Gambar 12 Penambahan efek transisi

4. *Background* Musik dan audio

Pada tahap ini digunakan untuk mendukung suasana, memperkuat suasana, dan meningkatkan pengalaman penonton. Kombinasi antara musik latar dan audio menghasilkan video yang lebih menarik.



Gambar 13 Proses Menyusun audio

5. Teks

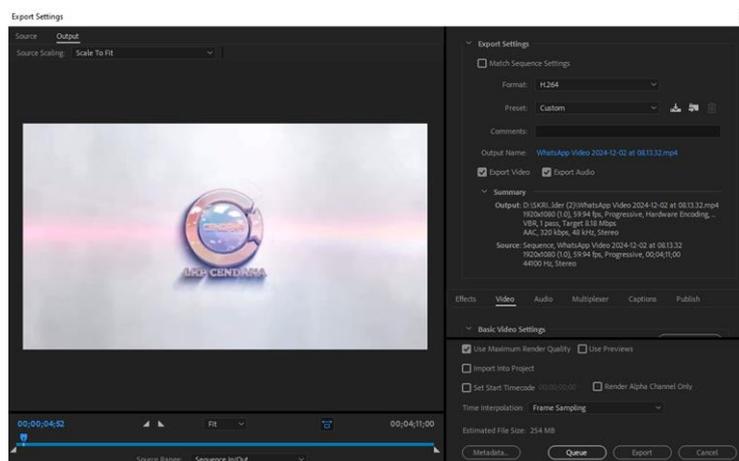
Pada tahap ini digunakan untuk menyampaikan informasi, memperjelas pesan, atau memperkuat narasi.



Gambar 14 Proses menyusun teks

Rendering

Setelah semua *scene* telah selesai dalam proses *editing*, tahap selanjutnya adalah *rendering*. *Rendering* merupakan proses menggabungkan hasil editing, seperti foto, video, audio, teks, dan sebagainya, menjadi satu file output yang dapat diputar atau ditampilkan secara utuh.



Hasil Akhir

Setelah proses rendering selesai, hasil video dapat disaksikan dalam satu video utuh dengan format MP4. Dengan demikian proses pembuatan video Company Profile LKP Cendana akhirnya telah selesai, dan kemudian dilakukan tahap pengujian.



Gambar 15 Hasil Akhir Pembuatan video

Pengujian

Setelah hasil akhir video company profile LKP Cendana selesai dibuat, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap video tersebut. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah video company profile LKP Cendana telah memenuhi ekspektasi atau belum. Kuisisioner yang dibagikan kepada 100 responden terdiri dari beberapa pertanyaan yang berfokus pada penilaian terhadap Video Company Profile LKP Cendana. Pengujian dilakukan dengan menggunakan skala Likert, yang mencakup rentang penilaian dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Dari 1 hingga 5 untuk mengukur tingkat kepuasan atau kesesuaian responden terhadap berbagai aspek, di mana 1 berarti Sangat Tidak Setuju dan 5 berarti Sangat Setuju, dan 5 adalah nilai maksimal.

Tabel 3 Pertanyaan

Pertanyaan	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)
Apakah Video yang dibuat dapat menggambarkan Video Company Profile LKP Cendana?	2 (2%)	0 (0%)	1 (1%)	45 (45%)	52 (52%)
Apakah Narasi di dalam vidio dapat memberikan informasi mengenai tujuan dan program di LKP Cendana?	2 (2%)	0 (0%)	3 (3%)	40 (40,4%)	54 (54,5%)
Apakah visual dalam vidio ini terlihat menarik ?	2 (2%)	1 (1,7%)	3 (3%)	46 (46%)	49 (49%)
Apakah alur cerita dalam vidio ini mudah dipahami dan menarik?	2 (2%)	0 (0%)	2 (2%)	43 (43,4%)	52 (52,5%)
Apakah penggunaan Teknik CInematic di vidio ini sudah sangat baik?	2 (2%)	0 (0%)	3 (3%)	40 (40,4%)	54 (54,5%)

Berdasarkan tabel 3 rumus untuk menghitung skor rata-rata dari hasil kuesioner berbasis Skala Likert sebagai berikut.

$$Rata - rata = \frac{(Total Responden Memilih \times Pilihan Angka Skor)}{Jumlah Responden} \tag{1}$$

Adapun untuk menghitung Indeks Kepuasan keseluruhan dengan cara menghitung rata-rata dari skor rata-rata untuk setiap pertanyaan, dengan rumus berikut.

$$Indeks Kepuasan = \frac{Rata - Rata Skor per Pertanyaan}{Jumlah Pertanyaan} \tag{2}$$

Setelah menentukan rumus yang digunakan untuk menghitung skala likert, berikut merupakan hasil rata - rata skor untuk setiap pertanyaan yang dapat memberikan gambaran tentang tingkat kepuasan responden terhadap video company profile LKP cendana.

Tabel 4 Nilai Rata-rata skor kepuasan responden

Pertanyaan	Rata - Rata Skor
Apakah Video yang dibuat dapat menggambarkan Video Company Profile LKP Cendana?	4.18
Apakah Narasi di dalam vidio dapat memberikan informasi mengenai tujuan dan program di LKP Cendana?	4.18
Apakah visual dalam vidio ini terlihat menarik ?	4.01
Apakah alur cerita dalam vidio ini mudah dipahami dan menarik?	4.25
Apakah penggunaan Teknik Cinematic di vidio ini sudah sangat baik?	4.36

Hasil perhitungan sebagian besar responden menunjukkan tingkat skor yang tinggi dengan rata-rata di atas 4 (Setuju), meskipun ada beberapa area yang sedikit lebih rendah. Berikut adalah perhitungan indeks kepuasan berdasarkan tabel 4.

$$Indeks\ kepuasan = \frac{4.18 + 4.18 + 4.01 + 4.25 + 4.36}{5}$$

$$Indeks\ kepuasan = \frac{20,98}{5} = 4.19$$

Dengan indeks kepuasan sebesar 4,19 yang didapatkan dari hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa Video Company Profile LKP Cendana mendapatkan kategori 'Sangat Baik'. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap kualitas video, baik dari segi isi, visual, audio, maupun cara penyampaian informasi yang ditampilkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan rangkaian tahapan penelitian maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Video company profile LKP Cendana dibuat dengan teknik cinematic melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, didukung oleh metode MDLC dengan menggunakan aspek-aspek cinematic seperti pergerakan kamera, pengambilan gambar, dan voice over untuk menghasilkan video profile company yang menarik dan profesional.
2. Pengukuran video dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, menggunakan skala Likert untuk menilai aspek visual, informasi, dan daya tarik video guna mengetahui tingkat kepuasan dan efektivitas penyampaian pesan. Hasil dari kuisisioner menyebutkan kepuasan responden berada di kriteria sangat baik, hal ini menunjukkan video *profile company* LKP Cendana telah berhasil dibuat.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pengembangan selanjutnya sebagai berikut:

1. Tambahkan variasi visual seperti animasi sederhana atau grafis interaktif yang relevan. Narasi juga dapat diperkuat dengan elemen emosional agar lebih memikat dan meninggalkan kesan mendalam bagi audiens.
2. Perluas Jangkauan Distribusi, Selain membagikan video melalui Instagram dan WhatsApp, pertimbangkan untuk memperluas distribusi ke platform lain seperti TikTok atau Facebook agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
3. Evaluasi dan Integrasi Promosi Lakukan survei secara rutin untuk mendapatkan feedback dari audiens sebagai bahan perbaikan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Gunawan, Y. Yudiana, and W. Y. Apriansyah, "Rancang Bangun Company Profile Kebab Ben's Berbasis Web Menggunakan Framework CodeIgniter," *Dirgamaya: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, vol. 01, no. 02, pp. 36-45, Nov. 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.35969/dirgamaya.v1i2.181>
- [2] S. Nurfadilah, "Perancangan Website Company Profile pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia," *Applied Business and Administration Journal*, vol. 1, no. 3, pp. 1-7, 2022.
- [3] M. Ridho, "Pengaruh Publikasi Video terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo di Danau Ranau," *Journal of Social and Political Science*, vol. 1, 2024. [Online]. Available: <https://rumah-jurnal.com/index.php/jsaps/index>
- [4] A. G. Subekti. (2021, Mei 19). *Teknik produksi program televisi*. [On-line]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=SqQIEAAAQBAJ> [Jul. 11, 2025].
- [5] C. . Ramadhani, B. Harahap, D. . Syahputra, R. N. . Singarimbun, and B. . Haqki, "Analisis Teknik Pengambilan Vidio Cinematic dan Proses Editing Menggunakan Filmora Pada Organisasi Pramuka SMAN 14 Medan", *jmp*, vol. 13, no. 1, pp. 883-892, Jul. 2024.
- [6] N. Moonik and W. G. Pomantow, "Pentingnya Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Acha Olshop," *MABP Jurnal*, vol. 5, no. 2, pp. 77-91, 2023.
- [7] E. P. C. Franco, A. Matamala, and P. Orero. (2010, Jan. 1). *Voice-over Translation: An Overview*. (1st ed.). [On-line]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=SqQIEAAAQBAJ> [Jul. 11, 2025].