

Implementasi Teknik Penyutradaraan dalam Produksi Video *Company Profile* Berbasis *Storytelling* di Balai Besar Industri Agro

Romeo Ahmad Lazuardi¹, Amiruddin Saleh²

^{1,2}Sekolah Vokasi IPB University

E-mail: dioahmad792@gmail.com¹, amiruddin_ipb@yahoo.co.id²

Article History:

Received: 08 Juli 2025

Revised: 11 Agustus 2025

Accepted: 19 Agustus 2025

Keywords: Komunikasi Audiovisual, Storytelling, Teori 5C, Teori Auteur, Video Company Profile

Abstrak: Proyek ini membahas implementasi teknik penyutradaraan dalam produksi video company profile berbasis storytelling untuk Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Agro (BBSPJIA). Tujuannya adalah membangun citra kelembagaan dan memperkuat komunikasi publik melalui media audiovisual. Proses produksi mencakup tiga tahap utama pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, dengan pendekatan naratif yang menekankan keterlibatan emosional dan estetika visual. Penelitian ini mengaplikasikan teori 5C oleh Joseph V. Mascelli yang mencakup camera angle, continuity, cutting, composition, dan close-up sebagai fondasi sinematik dalam menyusun storytelling visual yang efektif. Selain itu, teori Auteur digunakan untuk menelaah peran kreatif sutradara dalam membentuk narasi dan identitas visual lembaga. Hasil akhir berupa video berdurasi tiga menit yang menggabungkan konten informatif dan pesan emosional secara profesional. Penerapan dan kolaborasi kedua teori tersebut terbukti meningkatkan kejelasan, kohesi, dan kedalaman pesan, menjadikan video ini alat promosi strategis BBSPJIA di era digital.

PENDAHULUAN

Pembuatan video *company profile* dengan menggunakan teknik *storytelling* telah menjadi strategi yang semakin populer dalam lima tahun terakhir sebagai upaya membangun citra perusahaan yang kuat dan menarik. Teknik ini memungkinkan perusahaan menyampaikan identitas mereka melalui narasi yang *relatable* dan emosional, sehingga menciptakan hubungan yang lebih mendalam dengan audiens. Media digital dan teknik *storytelling* sering kali diterapkan dalam bentuk video *company profile*, di mana narasi personal dari *talent* atau perwakilan perusahaan memberikan sentuhan autentik terhadap cerita yang disampaikan.

Penelitian oleh Hatmanti dan Irwansyah (2023) menunjukkan bahwa penggunaan *storytelling* melalui media digital seperti situs web atau video mampu meningkatkan legitimasi perusahaan serta membangun relasi emosional dengan audiens. Pernyataan ini diperkuat oleh Rachman et al. (2024) yang menekankan pentingnya personalisasi dalam *storytelling* untuk menciptakan hubungan emosional yang intensif dengan konsumen pada era digital. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya

menggerakkan emosi audiens guna membangun loyalitas merek.

Pembuatan video profil perusahaan yang efektif memerlukan pendekatan yang dirancang secara matang, salah satunya melalui penggunaan teknik narasi. Sulistiawati dan Yudaningsgar (2024) menemukan bahwa penyampaian narasi dalam format video mampu meningkatkan keterhubungan emosional antara perusahaan dan penonton. Metode ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengomunikasikan nilai-nilai dan identitas mereka secara lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasakan kedekatan dengan merek tersebut.

Penekanan pada sudut pandang pertama dalam narasi menjadi aspek penting dalam menciptakan keterlibatan penonton. Seperti yang dijelaskan oleh Sulistiawati dan Yudaningsgar (2024), penggunaan sudut pandang ini memungkinkan audiens untuk mengalami cerita secara langsung, sehingga meningkatkan keterlibatan emosional dan daya ingat terhadap pesan yang disampaikan perusahaan. Teknik *storytelling* dalam video profil perusahaan bukan sekadar berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui pengalaman yang personal dan autentik.

Pengimplementasian penyutradaraan dan pengarahan visual memainkan peranan penting dalam menghidupkan narasi. Elemen-elemen seperti pengaturan visual, penggunaan sudut pandang kamera yang menarik, pencahayaan yang sesuai, transisi yang halus, serta pemilihan musik latar yang tepat menjadi faktor kunci dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Sama & Budiman, 2022). Penggunaan *visual storytelling* yang dikembangkan melalui pendekatan sinematik terbukti mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memperdalam ikatan emosional antara perusahaan dan audiens.

Proyek ini menerapkan konsep 5C *Camera Angle, Continuity, Cutting, Composition, dan Close-Up* sebagai pendekatan sinematografi untuk menyusun narasi visual yang efektif. Pendekatan ini dinilai mampu meningkatkan kualitas penyampaian pesan sekaligus memperkuat daya tarik visual video. Konsep ini memungkinkan penyampaian identitas dan nilai perusahaan dilakukan dengan cara yang lebih emosional dan berkesan. Penuturan (Sama & Budiman 2022), media video memiliki efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan media cetak karena menyajikan visualisasi yang lebih jelas dan menarik, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap efektivitas komunikasi perusahaan.

Pemilihan Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Agro (BBSPJIA) sebagai mitra dalam proyek ini didasarkan pada peran strategis lembaga tersebut dalam pengembangan sektor agro di Indonesia. BBSPJIA dikenal unggul dalam penyediaan jasa standardisasi, pelatihan, dan pengembangan teknologi yang relevan dengan kebutuhan industri agro. (Kusmayanti, 2024) menyatakan bahwa institusi dengan fasilitas lengkap dan fokus pada peningkatan daya saing industri merupakan mitra ideal dalam proyek media promosi seperti video *company profile*. Selain itu, BBSPJIA memiliki rekam jejak positif dalam mendukung inovasi serta kolaborasi lintas sektor, menjadikannya subjek yang tepat untuk divisualisasikan dalam media promosi yang representatif dan profesional.

Saat ini, BBSPJIA belum memiliki video profil perusahaan yang tersedia untuk publik. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh fokus lembaga terhadap pengembangan layanan dan kegiatan teknis dalam sektor agro. Namun, dalam era digital seperti saat ini, kehadiran video profil perusahaan sangat penting dalam upaya memperluas jangkauan komunikasi dan memperkenalkan identitas organisasi kepada masyarakat luas. Tanpa adanya media visual tersebut, BBSPJIA berisiko kehilangan peluang untuk membangun reputasi yang kuat di mata publik. Oleh karena itu, proyek ini menjadi langkah strategis dalam memperkuat komunikasi kelembagaan serta

membangun koneksi yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan dan masyarakat umum.

LANDASAN TEORI

Video company profile adalah media strategis yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan identitas, nilai, dan layanan kepada publik, di mana media ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi tetapi juga memiliki kekuatan promosi yang tinggi (Alfathoni et al., 2023), serta dapat memperkuat hubungan eksternal dan strategi branding (Jasmine dan Loen, 2020), dan jika digarap secara profesional mampu memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan daya saing perusahaan (Chulasoh, 2023). Proses produksinya, teori 5C oleh Joseph V. Mascelli yang meliputi camera angles, continuity, cutting, composition, dan close-up berfungsi sebagai panduan teknis untuk menciptakan narasi visual yang efektif dan bermakna (Rukminingtyas dan Ratri, 2022). Teori Auteur menempatkan sutradara sebagai pengarang karya sinematik yang menentukan gaya dan visi kreatif dalam penyampaian narasi dan nilai budaya secara visual, serta memungkinkan integrasi kearifan lokal dalam produksi audiovisual seperti company profile (Andini et al., 2023). Sutradara sendiri memegang peran sentral dalam seluruh proses produksi, mulai dari pra-produksi, pengarahan teknis dan artistik, hingga pengawasan editing untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan visi perusahaan dan pesan yang ingin disampaikan (Zebua, 2024).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian proyek ini dilaksanakan di BBSPJIA, Bogor, dari 17 Maret hingga 30 April 2025, mencakup tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi video *company profile*. Tujuan utama proyek adalah menyampaikan peran strategis BBSPJIA di sektor jasa industri agro melalui media audiovisual yang komunikatif dan representatif. Prosesnya, digunakan alat produksi seperti *camera*, *lighting*, *microfon*, *tripod*, dan *clapper board*, serta bahan pendukung seperti naskah dan panduan shoot. Tahap pra-produksi meliputi pengembangan ide, penulisan naskah, dan penyusunan jadwal. Tahap produksi berfokus pada pengambilan gambar dan perekaman audio sesuai *storyboard*, dengan koordinasi tim yang solid untuk menjamin kualitas teknis dan estetika. Pasca-produksi mencakup editing, narasi, musik latar, dan finishing visual. Output berupa video *company profile* ditujukan sebagai media promosi digital untuk memperkuat citra, jangkauan komunikasi, dan kepercayaan publik terhadap BBSPJIA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proyek pembuatan video *company profile* untuk BBSPJIA telah berhasil diselesaikan sesuai dengan jadwal yang direncanakan, dimulai dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Proses pra-produksi menghasilkan naskah yang telah disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi lembaga, mencakup struktur naratif yang memuat visi, misi, sejarah, layanan, serta capaian strategis BBSPJIA. Tahap ini juga mencakup perencanaan visual dan teknis, seperti *storyboard*, pengaturan lokasi pengambilan gambar, serta penjadwalan produksi secara menyeluruh.

Tahapan produksi, tim berhasil merekam seluruh elemen visual sesuai *storyboard* dengan kualitas teknis yang optimal. Proses pengambilan gambar dilakukan di berbagai titik strategis di lingkungan BBSPJIA, menyoroti aktivitas layanan, fasilitas laboratorium, serta interaksi antarpegawai yang merepresentasikan nilai-nilai kelembagaan. Perekaman audio narasi dilakukan dengan pendekatan formal namun komunikatif, sehingga informasi yang disampaikan tetap mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Tahap ini, seluruh kru berperan aktif dalam mengelola pencahayaan, komposisi visual, dan kualitas suara untuk memastikan hasil akhir yang representatif.

Tahap pasca-produksi menghasilkan sebuah video berdurasi sekitar tiga menit dengan kualitas resolusi tinggi, penyuntingan visual yang halus, serta elemen grafis yang mendukung informasi yang ditampilkan. Proses penyuntingan mencakup pemilihan klip terbaik, penyusunan narasi, penambahan musik latar yang sesuai, serta penyelarasan audio dan visual untuk menciptakan kesan profesional. Hasil akhir video menunjukkan integrasi yang baik antara konten informatif dan daya tarik estetika visual. Distribusi video dilakukan melalui kanal digital resmi BBSPJIA seperti Youtube dan media sosial lainnya guna menjangkau target audiens yang lebih luas.

Pembahasan hasil proyek menunjukkan bahwa media audiovisual seperti video *company profile* memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara efektif dan membangun persepsi positif terhadap lembaga. Hal ini sejalan dengan penelitian Miati (2020) yang menyatakan bahwa visual branding yang dikemas secara menarik dapat meningkatkan citra lembaga dan kepercayaan publik. Demikian pula, Kussanti dan Azizi (2021) menegaskan bahwa video profil perusahaan yang dirancang secara profesional mampu meningkatkan transparansi organisasi dan memperkuat koneksi dengan pemangku kepentingan. Merujuk konteks BBSPJIA, hasil proyek ini memperlihatkan bahwa pendekatan komunikasi berbasis audiovisual mampu memperkuat eksistensi lembaga di tengah dinamika industri agro yang terus berkembang.

Keberhasilan proyek ini tidak hanya diukur dari segi teknis, tetapi juga dari kemampuan video dalam menyampaikan identitas dan nilai institusi secara efektif. Dengan adanya video *company profile* ini, BBSPJIA memiliki alat komunikasi strategis yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan promosi, kerja sama, maupun sosialisasi program-program unggulan. Proyek ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas komunikasi institusional dan memperkuat kehadiran BBSPJIA dalam ekosistem industri agro nasional.

Proses penyutradaraan dalam pembuatan video *company profile* instansi BBSPJIA

Proyek pembuatan video *company profile* BBSPJIA menunjukkan keberhasilan dalam penyampaian pesan perusahaan melalui pendekatan penyutradaraan yang terstruktur dan teoritis. Hasil akhir video mencerminkan sinergi antara perencanaan visual, naratif, dan gaya artistik, yang secara langsung menjawab dua rumusan masalah dalam penelitian ini. proses penyutradaraan dalam proyek ini telah dirancang secara menyeluruh sejak tahap pra-produksi hingga pascaproduksi. Penyutradaraan yang efektif mencakup pemilihan gaya visual yang sesuai, pengarahan narasi, serta pengelolaan tim produksi agar tetap selaras dengan visi komunikasi lembaga.

Visi penyutradaraan yang kuat memungkinkan pesan utama BBSPJIA—yakni peran strategisnya dalam layanan industri agro—tersampaikan dengan jelas dan menarik. Efektivitas komunikasi ini terbukti dari narasi yang terstruktur, visual yang informatif, serta penggunaan ritme dan musik yang mendukung pemahaman pesan. Dengan demikian, penyutradaraan tidak hanya menjadi aspek teknis, tetapi turut menentukan keberhasilan video dalam menyampaikan identitas dan misi lembaga kepada target audiensnya. Proyek ini, proses penyutradaraan dilakukan secara terstruktur melalui tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra-produksi, penyutradara memimpin pengembangan ide, perumusan naskah, hingga penentuan gaya visual, gambar dibawah merupakan salah satu proses pra produksi, yaitu pembuatan *storyboard*.

Tabel 1. Draft *storyboard* panduan sutradara dalam Pembuatan video *company profile* BBSPJIA, 2025

NO	Visual	Audio	Durasi	Scene	Infografis
1	Video: Ibu kepala duduk berbincang dan dirapikan oleh <u>sesorang</u>	Suara natural Video	10 [^]		-
2	Video: Memperlihatkan suasana gedung depan BBIA	Sound: Backsound dan VO Script VO :Selamat datang di Dunia Industri Agro, Balai Besa r <u>Standardisasi dan Pelayanan</u> Jasa Industri Agro hadir Sebagai instansi terdepan yang berfokus pada pengembangan industri agro.	7 [^]		-

Keputusan-keputusan ini sangat krusial karena menjadi fondasi komunikasi pesan organisasi. Penyutradara memastikan bahwa narasi yang dibangun tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki nilai emosional dan estetika yang bisa mengikat perhatian audiens. Selama produksi, penyutradara mengarahkan tata letak visual (komposisi gambar), *blocking talent*, hingga ritme pengambilan gambar agar selaras dengan pesan utama BBSPJIA. Misalnya, ketika menyampaikan peran BBSPJIA dalam layanan standardisasi, penyutradara memilih sudut pengambilan gambar *low angle* untuk memperkuat kesan otoritatif dan kredibel.

Hal ini selaras dengan teori 5C oleh Joseph V. Mascelli, khususnya pada aspek *camera angle* dan *composition*, yang berperan dalam menciptakan citra lembaga secara visual. Menurut (Gunawan & Pahlevi, 2023) Penerapan teknik sinematografi 5C terbukti efektif dalam mendukung penyampaian pesan visual. Misalnya, penggunaan sudut kamera *high angle* mampu merepresentasikan posisi tertindas dari suatu karakter, sedangkan *low angle* digunakan untuk menunjukkan kesan gagah dan dominan. Selain itu, kesinambungan antar gambar berhasil menyatukan rangkaian adegan secara harmonis sehingga transisi visual terasa alami dan tidak terputus.

Pascaproduksi juga menjadi ruang bagi penyutradara untuk memperkuat komunikasi pesan. Melalui proses penyuntingan, pemilihan transisi, musik latar, dan penyelarasan narasi,

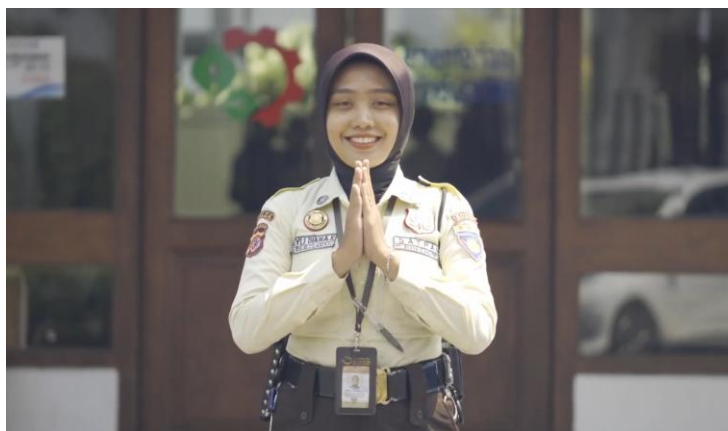
penyutradara berupaya menjaga alur logika pesan sekaligus mempertahankan daya tarik estetika. Penyusunan sekuen dan ritme yang konsisten mendukung keterpahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan. Penyutradaraan yang baik menghasilkan kohesi antara elemen visual dan audio, yang pada akhirnya menciptakan efek komunikasi yang lebih dalam dan mudah diingat.

Efektivitas komunikasi pesan dalam video ini juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyutradara dalam mengintegrasikan pesan institusional ke dalam elemen sinematik secara halus. Alih-alih menyajikan informasi secara datar, penyutradara menyusun narasi dalam bentuk *storytelling* yang membangun keterlibatan emosional audiens. Pendekatan ini memberikan nilai lebih dibandingkan penyajian informasi konvensional, karena mampu meningkatkan daya serap dan retensi informasi oleh audiens. Penyutradaraan yang strategis dan sadar akan fungsi komunikatif tidak hanya menjadikan video ini sebagai media visual biasa, tetapi sebagai alat komunikasi yang efektif. Hal ini membuktikan bahwa penyutradaraan memainkan peran vital dalam menjembatani pesan institusi dan persepsi audiens, serta mampu memperkuat citra organisasi melalui pendekatan sinematik yang tepat sasaran.

Proses penyampaian pesan melalui teori 5c dan teori Auteur terhadap target audiens

Proses kreatif dan teknis yang dilakukan sangat selaras dengan kedua teori tersebut. Teori 5C Joseph V. Mascelli, prinsip seperti *composition* dan *camera angles* digunakan untuk membingkai citra BBSPJIA sebagai lembaga yang modern dan kredibel. Misalnya, penggunaan komposisi simetris pada shot interior kantor memperkuat kesan profesionalisme, sementara variasi *close-up* dan *cutting* mempertegas titik-titik pesan kunci dalam narasi. Transisi yang mulus dan *continuity* dalam alur cerita memperkuat perhatian audiens, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya terserap secara visual tetapi juga emosional.

Sementara itu, teori Auteur memperkuat pengaruh gaya penyutradaraan terhadap keseluruhan bentuk komunikasi. Gaya personal sutradara yang mengedepankan estetika elegan, pemilihan *tone* warna yang seragam, serta narasi yang penuh empati memberikan sentuhan emosional yang meningkatkan *engagement* audiens. Melalui pendekatan ini, video tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga menjadi medium ekspresi visual dari karakter lembaga itu sendiri. Konsistensi gaya Auteur membuat audiens lebih mudah mengaitkan identitas visual video dengan citra BBSPJIA, yang menjadi inti dari efektivitas komunikasi *branding* institusional. Gambar dibawah merupakan salah satu ide penulis dalam pembuatan video *company profile* yaitu mengedepankan estetika.



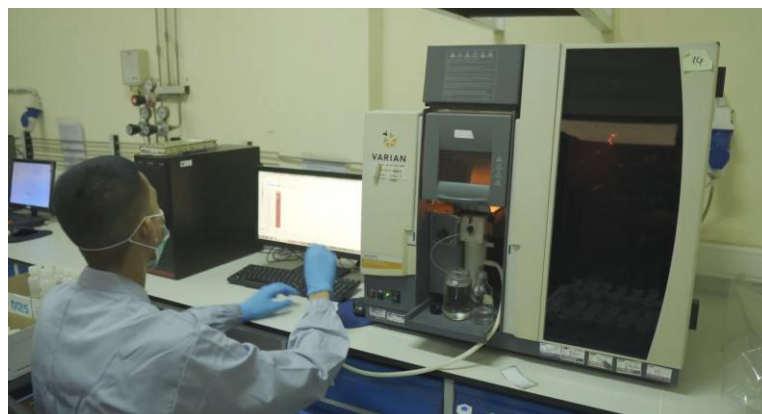
Gambar 1. Draft edit gaya shoot ekspresi detail pembuatan video *company profile* BBSPJIA, 2025

Kombinasi antara presisi teknis teori 5C dan kebebasan ekspresi melalui teori Auteur menjadikan video *company profile* ini sebagai karya strategis dalam menyampaikan pesan lembaga kepada masyarakat. Hasil ini menegaskan bahwa strategi komunikasi audiovisual yang dikemas dengan teori dan pendekatan sinematik yang tepat mampu meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan koneksi emosional audiens terhadap suatu institusi. Penyampaian pesan dalam media audiovisual, seperti video *company profile* BBSPJIA, tidak hanya ditentukan oleh informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana informasi tersebut dikemas secara visual dan naratif. Teori 5C oleh Joseph V. Mascelli dan teori Auteur menjadi kerangka kerja yang penting dalam menganalisis pendekatan penyutradaraan yang digunakan untuk membangun komunikasi yang efektif dengan audiens.

Teori 5C (*Camera Angle, Continuity, Cutting, Close-up, Composition*) menekankan pentingnya elemen teknis sinematografi dalam menciptakan narasi visual yang komunikatif. Proyek ini, kelima aspek tersebut diterapkan secara konsisten untuk memperkuat penyampaian pesan BBSPJIA. Proses produksi video *company profile* BBSPJIA, penerapan teori *5C of Cinematic Continuity* oleh Joseph V. Mascelli terbukti menjadi kerangka kerja yang sangat relevan dan aplikatif. Teori ini terdiri dari lima elemen utama yang masing-masing memainkan peran strategis dalam menjaga kesinambungan visual dan memperkuat penyampaian pesan dalam film atau video.

Camera Angle

Camera Angel adalah sudut pandang yang mewakili penonton tutur (Ibrahim, 2022:9) Pemilihan sudut kamera dalam video ini sangat diperhatikan untuk membangun citra institusi yang profesional dan kredibel. Beberapa adegan yang menampilkan pimpinan lembaga atau aktivitas laboratorium, sudut pengambilan gambar *high angle* digunakan untuk menciptakan kesan otoritatif dan berwibawa. Konsep ini sejalan dengan prinsip Mascelli bahwa sudut kamera yang tepat tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga komunikatif dalam menyampaikan posisi atau status subjek di mata penonton. Konteks ini, BBSPJIA ditampilkan sebagai lembaga yang berwibawa dan dapat diandalkan.



Gambar 2. Pengambilan sudut pandang kamera (*High Angel*), 2025

Continuity

Aspek *continuity* atau kesinambungan menjadi perhatian utama untuk memastikan bahwa transisi antar adegan berjalan mulus dan tidak mengganggu pemahaman audiens. Kesinambungan visual (seperti arah pandang, posisi subjek, dan properti) dijaga dengan ketat selama pengambilan

gambar. Selain itu, *temporal continuity* juga dipertahankan dengan membuat alur waktu yang logis dari sejarah lembaga, layanan, hingga capaian institusi yang dikemas secara linier namun tetap dinamis. Penerapan prinsip ini menjamin agar penonton tetap terlibat secara emosional tanpa merasa bingung dengan alur video.

Cutting

Tahap pasca-produksi, teknik *cutting* digunakan untuk menciptakan ritme visual yang efektif. Editor menerapkan teknik *motivated cuts*, di mana setiap perpindahan gambar dilakukan berdasarkan logika naratif atau pergerakan subjek. Ini menghindari efek “*jump cut*” yang bisa mengganggu kenyamanan visual. Contohnya, transisi dari adegan wawancara ke aktivitas layanan publik BBSPJIA dilakukan secara halus dengan memanfaatkan kesesuaian arah gerak atau kesinambungan dialog. Teknik ini membuat narasi tetap kohesif dan tidak terputus secara visual maupun emosional.

Close-Up

Penggunaan *close-up* memiliki peran penting dalam membangun koneksi emosional dengan audiens. Beberapa bagian, *close-up* digunakan untuk menyorot ekspresi wajah pegawai, narator, atau objek kerja seperti alat laboratorium atau sertifikat mutu. Teknik ini memperkuat intensitas pesan dan menambah kedalaman makna. Mascelli menekankan bahwa *close-up* tidak hanya memperbesar tampilan, tetapi juga memperbesar makna. BBSPJIA, hal ini berhasil menampilkan sisi humanis dan profesionalitas sumber daya manusia yang menjadi bagian penting dari nilai lembaga.



Gambar 3. Pengambilan sudut pandang kamera (*Close up*), 2025

Composition

Sementara itu, teori Auteur menekankan peran sutradara sebagai “penulis” atau kreator utama karya audiovisual, yang meninggalkan jejak estetik dan gagasan personal dalam setiap karyanya. Pendekatan Auteur terlihat dari keputusan penyutradara dalam pemilihan tone warna yang cenderung netral dan profesional, gaya penyuntingan yang ritmis namun formal, serta narasi yang dibawakan secara elegan dan institusional. Semua elemen ini tidak hanya menggambarkan informasi tentang BBSPJIA, tetapi juga mencerminkan visi kreatif sang sutradara dalam mengangkat citra institusi sebagai lembaga yang kredibel, modern, dan relevan di sektor agroindustri.

Dengan pendekatan Auteur, penyampaian pesan tidak bersifat datar dan generik, melainkan

disampaikan melalui sudut pandang sinematik yang memiliki karakter. Ini membuat video lebih membekas secara emosional dan mampu menarik perhatian audiens dari berbagai latar belakang. Gaya penyutradaraan seperti ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara implisit — di mana audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasakan atmosfer, nilai, dan semangat yang ingin ditransmisikan oleh BBSPJIA.

Kombinasi antara teori 5C dan pendekatan Auteur menjadi sinergi yang kuat dalam menyampaikan pesan kepada target audiens BBSPJIA. Satu sisi, 5C memastikan bahwa aspek teknis bekerja mendukung narasi yang jelas dan menarik. Sisi lain, teori Auteur memberi ruang bagi ekspresi artistik dan orisinalitas yang memperkaya pesan institusi secara estetis dan emosional. Hasilnya adalah video *company profile* yang tidak hanya informatif, tetapi juga menginspirasi dan mampu meningkatkan keterhubungan audiens terhadap *brand* dan misi BBSPJIA.

KESIMPULAN

Pembuatan video *company profile* BBSPJIA menunjukkan bahwa proses penyutradaraan yang dirancang dengan baik memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan lembaga secara efektif melalui media audiovisual. Menggabungkan teori 5C oleh Joseph V. Mascelli dan teori auteur, video ini berhasil menghadirkan komunikasi visual yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara emosional dan estetis. Penerapan aspek teknis seperti *camera angle*, *continuity*, *cutting*, *composition*, dan *close-up* memperkuat struktur narasi dan daya tarik visual, sementara pendekatan auteur memungkinkan sutradara menampilkan gaya penceritaan yang khas dan mencerminkan karakter lembaga. Sinergi kedua teori ini membuktikan bahwa video *company profile* dapat menjadi media strategis yang mampu membangun citra kelembagaan yang kuat, kredibel, dan relevan di era digital, serta menjangkau audiens secara lebih mendalam dan berkesan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada (BBSPJIA) atas kesempatan, dukungan, dan kerja sama yang telah diberikan selama proses pelaksanaan proyek pembuatan video *company profile* ini. Dukungan dari seluruh jajaran pimpinan, staf, serta tim teknis BBSPJIA sangat membantu dalam kelancaran proses produksi, mulai dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan secara konsisten dalam menyusun karya ini hingga dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa, ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh pihak yang turut membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan proyek ini, baik dari segi teknis, konseptual, maupun motivasional. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi BBSPJIA serta menjadi referensi bermanfaat dalam pengembangan media komunikasi visual di lingkungan kelembagaan dan akademik.

DAFTAR REFERENSI

- Alfathoni, M. A. M., Manesah, D., & Halim, R. (2023). Pelatihan pembuatan video *company profile* di TK Kartika I-1 Medan Helvetia. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 333–338.
- Andini, P., Nugraha, R., & Rahajaan, J. D. (2023). Shift in value of the panai tradition in *Tarung Sarung* film. *Jurnal Pakarena*, 8(2), 172–178.
- Chulasoh. (2023). Peran sutradara dalam pembuatan video *company profile* Saung Inggris. *Scripta Educafe*, 1(1), 1–62.

-
- Gunawan, R., & Pahlevi, A. (2023). Analisis komponen visual pesan maskulinitas pada series *Peaky Blinders* season 6. *Kinesik*, 10(1), 98–112.
- Hatmanti, G. P., & Irwansyah, I. (2023). Website perusahaan sebagai media storytelling (Analisis multimodalitas website PT. Unilever Indonesia). *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–16.
- Ibrahim, K. (2022). *Teknik sinematografi film pendek Air Mata Impian karya Multimedia Darussalam Blokagung Banyuwangi* [Disertasi, Institut Agama Islam Darussalam]. IAID Banyuwangi.
- Jasmine, A., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan video company profile sebagai sarana informasi dan meningkatkan promosi pada PT Avoir Industry. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2(2), 125–132.
- Kussanti, D. P., & Azizi, F. (2021). Company profile Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia sebagai media informasi kepada publik eksternal. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 67–71.
- Kusmayanti. (2024). Video company profile sebagai media promosi Politeknik Bisnis Digital Indonesia. *IKRAITH-Ekonomika*, 7(2), 308–314.
- Miati, I. (2020). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian kerudung Deenay (Studi pada konsumen GEA Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
- Rachman, R., Hamid, M. A., Wijaya, B. K., Wibowo, S. E., & Intan, D. N. (2024). Brand storytelling in the digital age: Challenges and opportunities in online marketing. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 355–364.
- Rukminingtyas, K. A., & Ratri, D. (2022). Pengaruh sinematografi terhadap penyampaian alur cerita pada film *Little Women* (1994) dan *Little Women* (2019). *VISWA DESIGN: Journal of Design*, 2(2), 68–78.
- Sama, H., & Budiman, A. (2022). Perancangan dan implementasi video profil di Sekolah SMA Maitreyawira Batam menggunakan metode MDLC. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1), 711–717.
- Sulistiawati, A. E., & Yudaningsgar, K. S. (2024). The use of storytelling in building a company's image in making narrative video company profile Cokelat NDalem. *International Conference on Communication and Media Digital*, 1(1), 224–233.
- Zebua, I. P. R. (2024). Perancangan video company profile pada SMAN 3 Tanjung Balai sebagai media promosi dan informasi. *Skena Teknologi*, 1(2), 33–39.