

PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI PADA PEMBUATAN VIDEO PROFIL BARBERSHOP BOHEMIANS SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI

Egga Laksono Widodo¹, Bambang Cahyono², Noor Alam Hadiwijaya³

^{1,2}Politeknik Negeri Samarinda; Jalan Dr. Ciptomangunkusumo (Kampus Gunung Lipan), Kelurahan Sungai Keledang atau Gunung Panjang, Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75131; (0541) 260588

Keywords:

Teknik Sinematografi, Video Profil, Multimedia Development Life Cycle (MDLC), Media Informasi, Media Promosi.

Correspondent Email:

eggalaksono27@gmail.com

Abstrak. Barbershop Bohemians merupakan usaha jasa potong rambut yang memerlukan media informasi dan promosi yang mampu memperkenalkan identitas, layanan, serta suasana barbershop secara menarik kepada masyarakat. Media promosi yang digunakan sebelumnya belum mampu menyajikan informasi secara visual dan komunikatif. Penelitian ini bertujuan menerapkan teknik sinematografi pada pembuatan video profil Barbershop Bohemians sebagai media informasi dan promosi. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang meliputi tahap concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Teknik sinematografi diterapkan melalui pemilihan *camera angle*, *type of shot*, *camera movement*, komposisi gambar, pencahayaan, serta penyuntingan video untuk menghasilkan visual yang informatif dan memiliki nilai estetika. Hasil penelitian berupa video profil berdurasi sekitar lima menit yang menampilkan identitas usaha, sejarah, layanan, fasilitas, produk, serta suasana Barbershop Bohemians secara lebih menarik. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan kuesioner skala Likert terhadap 339 responden, video profil memperoleh penilaian pada kategori sangat baik, sehingga mampu menyampaikan informasi dengan jelas, meningkatkan daya tarik visual, serta berpotensi menjadi media informasi dan promosi yang efektif bagi Barbershop Bohemians.

Abstract. Bohemians Barbershop is a barbershop business that requires an information and promotional medium capable of introducing its identity, services, and atmosphere effectively to the public. The promotional media previously used had not been able to present information in a visually appealing and communicative manner. This study aims to apply cinematographic techniques in the production of a profile video for Bohemians Barbershop as an information and promotional medium. The research employed the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which consists of the concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution stages. Cinematographic techniques were implemented through the selection of camera angles, shot types, camera movements, composition, lighting, and video editing to produce informative and aesthetically appealing visuals. The result of this study is a profile video with a duration of approximately five minutes, presenting the business identity, history, services, facilities, products, and overall atmosphere of Bohemians Barbershop. Based on the evaluation using a Likert-scale questionnaire involving 339 respondents, the profile video achieved a very good category, indicating that it effectively conveys information, enhances visual appeal, and



Copyright © 2026 The Author(s), Published by Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

has the potential to serve as an effective information and promotional medium for Bohemians Barbershop.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi multimedia telah mendorong pemanfaatan media audiovisual sebagai sarana penyampaian informasi yang lebih efektif dibandingkan media konvensional. Salah satu bentuk media audiovisual yang banyak digunakan oleh instansi, organisasi, maupun pelaku usaha adalah video profil. Media ini mampu menyajikan identitas, layanan, serta keunggulan suatu objek melalui perpaduan unsur visual, audio, dan narasi sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih menarik, mudah dipahami, dan mampu meningkatkan ketertarikan audiens [1].

Barbershop sebagai salah satu usaha di bidang jasa juga memerlukan media informasi yang mampu memperkenalkan identitas usaha kepada masyarakat. Selain menampilkan layanan yang tersedia, media tersebut perlu menggambarkan suasana tempat, fasilitas, kualitas pelayanan, serta karakteristik yang menjadi pembeda dengan kompetitor. Namun, media promosi yang umum digunakan, seperti foto pada media sosial atau informasi berbentuk teks, belum mampu memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai pengalaman yang ditawarkan kepada calon pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan media yang mampu menyampaikan informasi secara lebih komunikatif melalui penyajian visual yang menarik [2].

Video profil menjadi salah satu media yang dinilai efektif untuk memenuhi kebutuhan tersebut karena mampu menggabungkan unsur gambar bergerak, suara, musik, dan narasi dalam satu kesatuan informasi. Penyajian informasi dalam bentuk video tidak hanya memudahkan audiens memahami isi pesan, tetapi juga mampu membangun citra serta meningkatkan daya tarik suatu usaha. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, proses produksi video memerlukan penerapan teknik sinematografi yang meliputi pemilihan *camera angle*, *type of shot*, *camera movement*, komposisi, pencahayaan, dan proses penyuntingan sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas dan memiliki nilai estetika [3].

Bohemians Barbershop merupakan salah satu usaha jasa potong rambut di Kota Samarinda yang telah berdiri sejak tahun 2020. Meskipun telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, Bohemians Barbershop belum memiliki video profil yang mampu memperkenalkan sejarah usaha, layanan, fasilitas, produk, serta suasana barbershop secara utuh. Kondisi tersebut menyebabkan informasi yang diterima calon pelanggan masih terbatas sehingga diperlukan media informasi dan promosi yang lebih representatif.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa video profil yang dikembangkan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) mampu menjadi media informasi dan promosi yang efektif. Penelitian Hendi Sama dan Arif Budiman berhasil menghasilkan video profil sekolah yang mampu memperkenalkan identitas sekolah kepada masyarakat melalui enam tahapan MDLC. Penelitian lain oleh Tiara Afrilia dkk. menunjukkan bahwa penerapan MDLC pada pembuatan video sinematik memberikan dampak positif terhadap digital branding dan efektivitas media promosi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih berfokus pada institusi pendidikan maupun usaha kuliner sehingga belum membahas penerapan teknik sinematografi pada pembuatan video profil usaha barbershop sebagai media informasi dan promosi. Perbedaan objek penelitian tersebut menjadi celah yang mendasari penelitian ini [1], [4].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menerapkan teknik sinematografi pada pembuatan video profil Barbershop Bohemians menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Hasil penelitian diharapkan menghasilkan video profil yang mampu menyampaikan informasi mengenai identitas, layanan, fasilitas, serta suasana Barbershop Bohemians secara informatif, menarik, dan dapat dimanfaatkan sebagai media informasi sekaligus media promosi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Ilmiah

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pengembangan video profil sebagai media informasi dan promosi menggunakan berbagai metode dan teknik. Penelitian yang dilakukan oleh Hendi Sama dan Arif Budiman mengembangkan video profil SMA Maitreyawira Batam menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode MDLC mampu menghasilkan video profil yang dapat menyampaikan informasi mengenai sekolah secara lebih efektif melalui media audiovisual [5].

Penelitian lain yang dilakukan oleh Adi Sutrisman, Slamet Widodo, M. Miftakul Amin, dan Ervi Cofriyanti mengembangkan video profil sebagai sarana informasi dan promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa video profil mampu menjadi media penyampaian informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan media konvensional [6].

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Yuliadi, Mahsun, dan Marzuki Adami menerapkan teknik videografi dalam pembuatan video profil STMIK Syaikh Zainuddin NW Anjani sebagai media promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknik pengambilan gambar yang tepat mampu meningkatkan kualitas visual serta efektivitas penyampaian informasi kepada Masyarakat [7].

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa video profil telah banyak dimanfaatkan sebagai media informasi dan promosi dengan menggunakan metode MDLC maupun teknik videografi. Namun, penelitian yang secara khusus membahas penerapan teknik sinematografi pada pembuatan video profil Barbershop Bohemians sebagai media informasi dan promosi masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini menerapkan teknik sinematografi pada proses pembuatan video profil menggunakan metode MDLC untuk menghasilkan media informasi dan promosi yang lebih informatif serta memiliki kualitas visual yang lebih baik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Video Profil

Video profil merupakan media audiovisual yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai identitas, sejarah, layanan, produk, maupun keunggulan suatu instansi atau perusahaan kepada masyarakat. Melalui perpaduan unsur visual, audio, dan narasi, video profil mampu menyampaikan informasi secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami dibandingkan media konvensional. Oleh karena itu, video profil banyak dimanfaatkan sebagai media informasi sekaligus media promosi dalam membangun citra suatu organisasi atau usaha.[6]

video profil merupakan media audiovisual yang efektif untuk memperkenalkan identitas suatu instansi atau organisasi kepada masyarakat. Penyampaian informasi melalui perpaduan gambar, suara, dan narasi mampu meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan serta memberikan kesan yang lebih menarik dibandingkan media konvensional. Oleh karena itu, video profil menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana informasi dan promosi karena mampu menyampaikan pesan secara komunikatif dan persuasive [8].

2.2.2 Teknik Sinematografi

penerapan teknik sinematografi dalam produksi video meliputi pengaturan *camera angle*, *shot size*, *camera movement*, komposisi gambar, pencahayaan, hingga proses *color grading*. Penerapan unsur-unsur tersebut berperan penting dalam membangun kualitas visual, memperkuat penyampaian pesan, serta meningkatkan daya tarik sebuah video. Oleh karena itu, teknik sinematografi menjadi salah satu aspek utama dalam menghasilkan video yang informatif dan memiliki nilai estetika yang baik [9].

teknik sinematografi merupakan unsur penting dalam produksi video karena berperan dalam membangun penyampaian pesan visual melalui pengaturan *camera angle*, *shot size*, komposisi, pencahayaan, dan pergerakan kamera. Penerapan teknik sinematografi yang tepat mampu meningkatkan kualitas visual, memperkuat alur penyampaian informasi, serta menghasilkan video yang lebih menarik dan komunikatif bagi penonton [10].

2.2.3 Metode MDLC

Multimedia Development Life Cycle (MDLC) merupakan metode pengembangan multimedia yang banyak digunakan dalam pembuatan aplikasi, media pembelajaran, animasi, maupun video profil. Metode ini terdiri atas enam tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Setiap tahapan saling berkaitan sehingga proses pengembangan multimedia dapat dilakukan secara sistematis dan terstruktur [11].

Penelitian lain yang menggunakan metode MDLC menunjukkan bahwa metode ini mampu memberikan alur pengembangan multimedia yang sistematis mulai dari tahap konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, hingga distribusi. Penerapan MDLC memudahkan proses pengembangan video multimedia karena setiap tahapan dilakukan secara terstruktur sehingga menghasilkan produk yang sesuai dengan tujuan pengembangan [12].

2.2.4 Skala Likert

Skala Likert merupakan salah satu skala pengukuran yang paling banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat, atau tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan. Pada skala ini, responden diminta memilih salah satu tingkat jawaban yang telah disediakan, seperti Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, dan Sangat Setuju. Setiap pilihan jawaban diberikan bobot nilai tertentu sehingga dapat diolah secara kuantitatif untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden terhadap objek penelitian [13].

Skala Likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek penelitian. Dalam penerapannya, skala ini umumnya menggunakan lima kategori jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS), yang masing-masing diberikan bobot nilai untuk memudahkan proses analisis data [14].

Interval Nilai	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Cukup
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Tabel 1. Skala Likert

dalam statistik, rata-rata (mean) biasanya dilambangkan dengan simbol ($\bar{X}$), yang dibaca sebagai "exbar" atau ($\bar{X}_n$) yang jumlah data. Rata-rata digunakan untuk menggambarkan sekelompok data berdasarkan nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Untuk menghitung rata-rata dari kumpulan data tunggal, jumlahkan semua nilai data tersebut lalu bagi dengan jumlah data. Rumus untuk menghitung rata-rata (mean) dari data tunggal menggunakan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Dimana:

- $\bar{X}$ = rata-rata
- X = nilai data
- n = banyak data

2.2.5. Color Grading

Color grading merupakan proses pascaproduksi yang bertujuan mengatur warna dan *tone* secara konsisten untuk menghasilkan suasana (*mood*) visual yang diinginkan. Selain meningkatkan kualitas estetika, *color grading* juga berfungsi memperkuat atmosfer cerita dan membantu mengekspresikan emosi melalui tampilan visual yang lebih sinematik [15].

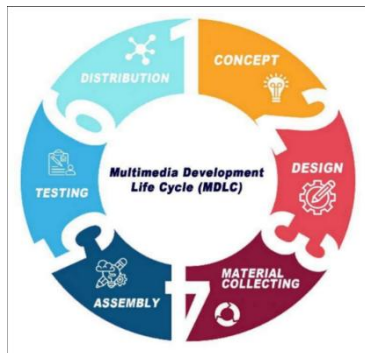
Penerapan *color grading* pada produksi video bertujuan menciptakan tampilan visual yang lebih estetik melalui pengaturan pencahayaan, jenis pengambilan gambar, dan pewarnaan secara harmonis. Penerapan *color grading* yang tepat mampu memperkuat identitas visual, meningkatkan daya tarik video, serta mendukung penyampaian pesan kepada audiens secara lebih efektif [16].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) sebagai metode pengembangan video profil Barbershop Bohemians. Metode ini dipilih karena memiliki tahapan yang sistematis dalam proses pengembangan multimedia, mulai dari perencanaan hingga distribusi produk. Tahapan MDLC terdiri atas Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution.

Gambar 1. MDLC

Pada tahap *Concept*, dilakukan penentuan tujuan pembuatan video profil, sasaran audiens,



konsep video, durasi, serta informasi yang akan disampaikan. Konsep video difokuskan pada penyampaian identitas Barbershop Bohemians, sejarah berdirinya, layanan, fasilitas, suasana barbershop, serta hasil pelayanan yang dikemas melalui penerapan teknik sinematografi.

Tahap *Design* dilakukan dengan menyusun konsep produksi berupa sinopsis, naskah (*script*), storyboard, serta perencanaan teknik pengambilan gambar. Storyboard dibuat sebagai acuan selama proses produksi agar setiap adegan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Selain itu, penyusunan *shooting script* dilakukan untuk menentukan urutan adegan, jenis pengambilan gambar (*shot*), pergerakan kamera, serta aktivitas talent selama proses produksi.

Setelah tahap perancangan selesai, dilakukan *Material Collecting*, yaitu pengumpulan seluruh kebutuhan produksi yang meliputi kamera, lensa, tripod, gimbal, mikrofon, *lighting*, logo, musik latar, lokasi pengambilan gambar, serta aset multimedia lainnya. Pada tahap ini juga dilakukan penjadwalan proses pengambilan gambar agar kegiatan produksi berjalan sesuai rencana.

Tahap *Assembly* merupakan proses produksi dan pascaproduksi video profil. Proses produksi dilakukan dengan menerapkan berbagai teknik sinematografi, seperti Wide Shot, Medium Shot, Close Up, Extreme Close Up, Low Angle, Eye Level, Push In, Pan, dan Truck sesuai storyboard yang telah disusun. Selanjutnya dilakukan proses penyuntingan video menggunakan CapCut Pro, meliputi pemilihan klip, penyusunan video, penambahan musik latar, *voice over*, teks, transisi, serta proses color correction dan color grading hingga menghasilkan video profil yang utuh.

Tahap berikutnya adalah *Testing*, yaitu pengujian terhadap video profil yang telah selesai diproduksi. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 339 responden yang telah menonton video profil. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS) untuk mengetahui kualitas video berdasarkan aspek visual, audio, penyampaian informasi, dan keseluruhan isi video.

Tahap terakhir adalah *Distribution*, yaitu publikasi video profil melalui media digital sebagai media informasi dan media promosi Barbershop Bohemians sehingga dapat diakses oleh masyarakat luas.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung di Barbershop Bohemians untuk memperoleh informasi mengenai kondisi lokasi dan proses pelayanan. Wawancara dilakukan dengan pemilik barbershop untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, layanan, dan konsep video yang akan dikembangkan. Dokumentasi dilakukan selama proses produksi sebagai bahan pendukung penelitian, sedangkan kuesioner digunakan untuk memperoleh penilaian responden terhadap kualitas video profil yang telah dihasilkan.

Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) setiap butir pernyataan menggunakan Persamaan. Hasil perhitungan kemudian diinterpretasikan berdasarkan kategori skala Likert untuk mengetahui tingkat kualitas video profil berdasarkan penilaian responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penerapan Metode MDLC

Penelitian ini menerapkan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) sebagai metode pengembangan video profil Barbershop Bohemians. Metode ini dipilih karena memiliki tahapan yang sistematis dalam proses pengembangan multimedia sehingga setiap proses produksi dapat dilakukan secara terstruktur. Tahapan yang dilaksanakan meliputi Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution. Melalui tahapan tersebut dihasilkan video profil yang menampilkan identitas, sejarah, layanan, fasilitas, serta suasana Barbershop Bohemians dengan menerapkan teknik sinematografi sebagai pendukung penyampaian informasi.

4.1.1 Konsep (*Concept*)

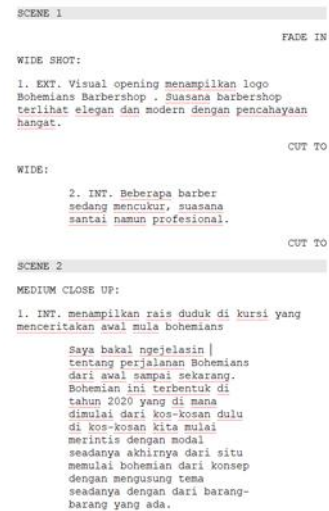
Pada tahap *Concept*, dilakukan penentuan tujuan, konsep, sasaran audiens, serta informasi yang akan disampaikan melalui video profil Barbershop Bohemians. Video dirancang sebagai media informasi yang memperkenalkan identitas usaha, sejarah berdirinya, layanan, fasilitas, suasana barbershop, serta hasil pelayanan kepada masyarakat. Konsep video dibuat dengan mengutamakan penyampaian informasi melalui visual yang menarik dengan menerapkan teknik sinematografi sehingga mampu meningkatkan daya tarik penonton.

Target audiens video profil ini adalah masyarakat umum, khususnya calon pelanggan yang membutuhkan informasi mengenai Barbershop Bohemians sebelum menggunakan layanan yang tersedia. Selain sebagai media informasi, video ini juga diharapkan dapat menjadi media promosi digital yang mampu meningkatkan citra usaha melalui penyajian visual yang profesional.

4.1.2 Perancangan (*Design*)

Tahap *Design* dilakukan dengan menyusun seluruh kebutuhan perancangan produksi video profil. Perancangan dimulai dengan pembuatan sinopsis sebagai gambaran umum alur video, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan *script*, dan storyboard. Seluruh dokumen tersebut digunakan sebagai pedoman selama proses produksi agar setiap adegan sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

Storyboard yang disusun menggambarkan urutan adegan mulai dari tampilan eksterior barbershop, aktivitas pelayanan, fasilitas yang tersedia, proses pemotongan rambut, hingga hasil akhir pelayanan.



Gambar 2 Script



Gambar 3 Storyboard

4.1.3 Pengumpulan bahan (*Material Collecting*)

Tahap *Material Collecting* dilakukan dengan mengumpulkan seluruh kebutuhan yang digunakan selama proses produksi video profil. Berdasarkan hasil perencanaan, kebutuhan tersebut meliputi perangkat pengambilan gambar, perangkat pendukung, lokasi pengambilan gambar, serta aset multimedia yang akan digunakan selama proses produksi dan penyuntingan video.

Pengambilan gambar dilakukan di Barbershop Bohemians yang berlokasi di Jalan Camar, Samarinda sesuai dengan lokasi

penelitian. Peralatan utama yang digunakan meliputi kamera Canon EOS M200, tripod, gimbal FeiyuTech Scorp, serta beberapa perangkat pendukung lainnya yang digunakan untuk memperoleh hasil pengambilan gambar yang stabil. Selain itu, proses penyuntingan memanfaatkan perangkat lunak yang telah ditentukan pada tahap perancangan sehingga seluruh hasil pengambilan gambar dapat diolah menjadi video profil sesuai konsep yang telah dibuat.



Gambar 4 Alat Pengambilan Gambar

4.1.4 Pembuatan (*Assembly*)

Tahap *Assembly* merupakan proses realisasi seluruh rancangan yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan pengambilan gambar sesuai storyboard dan *shooting script*, kemudian dilanjutkan dengan proses penyuntingan hingga menghasilkan video profil yang siap diuji.

Proses pengambilan gambar dilakukan dengan menerapkan berbagai teknik sinematografi yang telah dirancang pada tahap desain. Penerapan teknik tersebut bertujuan untuk menghasilkan visual yang informatif, menarik, serta mampu memperlihatkan identitas Barbershop Bohemians secara lebih profesional. Berikut beberapa langkah pada tahap pembuatan (*assembly*):

1. Pengambilan Gambar



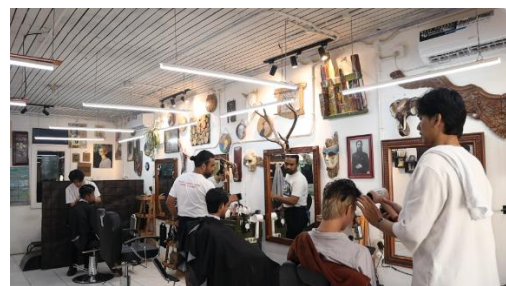
Gambar 5 Low Angle

Pengambilan gambar diawali dengan menampilkan bagian eksterior menggunakan teknik *Low Angle* dan *Push In* untuk memperlihatkan papan nama Barbershop Bohemians sebagai identitas usaha.



Gambar 6 Medium Shoot

Medium shot untuk menampilkan detail dekorasi ruangan. Pergerakan *truck right* digunakan untuk memperlihatkan area interior secara bertahap, sedangkan sudut kamera yang sedikit miring memberikan kesan visual yang lebih dinamis.



Gambar 7 Wide Shoot

Wide shot untuk menampilkan suasana interior barbershop secara menyeluruh, termasuk aktivitas para barber dan pelanggan. Kamera ditempatkan pada *eye-level angle*, dan menggunakan pergerakan *pan left*.

Gambar 8 *Static Shoot*

Medium shot yang menampilkan narasumber dari bagian pinggang ke atas. Kamera ditempatkan pada *eye-level angle*. Pengambilan gambar dilakukan dengan *static shot*, tanpa adanya pergerakan kamera.

Gambar 9 *Close-up Shoot*

Close-up shot untuk menampilkan produk secara jelas di dalam rak. Kamera dibuat *truck left*, sehingga fokus tetap pada detail kemasan dan penataan produk.

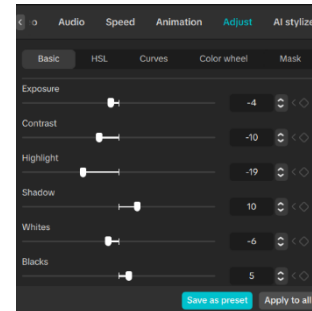
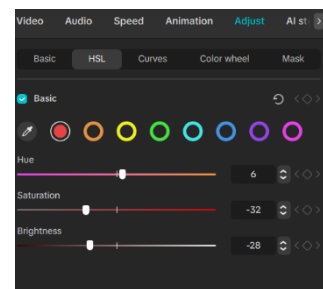
2. Proses Editing

Setelah proses pengambilan gambar selesai, seluruh rekaman disunting menggunakan CapCut Pro. Tahap editing meliputi pemilihan klip terbaik, penyusunan alur video sesuai storyboard, penambahan *background music*, *voice over*, teks, logo, dan transisi. Proses ini bertujuan menghasilkan video yang informatif, terstruktur, dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

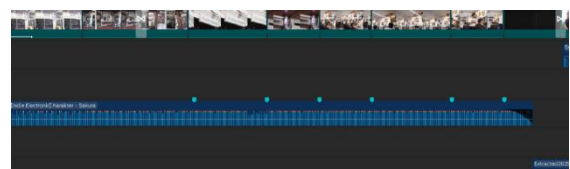
Gambar 10 *Proses Editing*

Tahap color grading dilakukan setelah proses editing untuk menyempurnakan

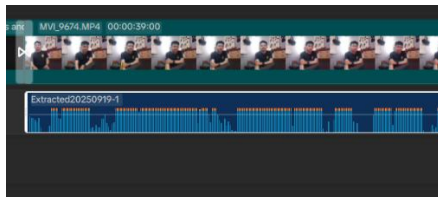
tampilan visual video. Penyesuaian warna dilakukan agar setiap adegan memiliki karakter visual yang konsisten, lebih menarik, serta mampu memperkuat suasana yang ingin disampaikan. Hasil akhir dari tahap ini menghasilkan video profil dengan kualitas visual yang lebih profesional sebelum memasuki tahap pengujian.

Gambar 11 Tahap *Color Grading 1*Gambar 12 Tahap *Color Grading 2*

Kemudian setelah tahap *color grading* selesai, dilanjut ke tahap *audio mixing* untuk menyeimbangkan kualitas suara pada video. Tahap ini meliputi pengaturan volume voice over, musik latar, dan suara asli agar terdengar jelas, seimbang, serta tidak saling menutupi. Hasil audio mixing menghasilkan kualitas suara yang lebih nyaman didengar dan mendukung penyampaian informasi dalam video.

Gambar 13 Penambahan *Backsound*

Pada gambar diatas merupakan audio *backsound* yang telah di tambahkan pada tahap pengeditan.



Gambar 14 Penambahan Audio Narasi

Pada gambar diatas merupakan penambahan audio narasi yang dilakukan oleh narasumber dengan menggunakan *mic external*.

4.1.5 Pengujian (*testing*)

Tahap *Testing* dilakukan untuk mengetahui tingkat penerimaan dan kualitas video profil Barbershop Bohemians berdasarkan penilaian responden. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 339 responden yang telah menonton video profil.

Instrumen pengujian menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Aspek yang dinilai meliputi penyampaian informasi, kualitas visual, penerapan teknik sinematografi, kualitas audio, serta keseluruhan video.

Hasil dari pengujian kemudian dianalisis menggunakan perhitungan nilai rata-rata (*mean*) untuk mengetahui tingkat penilaian responden terhadap video profil yang telah dibuat.

Rumus perhitungan nilai rata-rata dapat dilihat pada Persamaan.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$ = Rata-rata skor

$\sum X_i$ = Jumlah skor keseluruhan

n = Jumlah responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai rata-rata dari setiap indikator penilaian yang menunjukkan bahwa video profil Barbershop Bohemians mendapatkan respon positif dari responden.

No	Mean	Kategori
1	4.3	Sangat Baik

2	4.16	Baik
3	4.32	Sangat Baik
4	4.38	Sangat Baik
5	3.98	Baik
6	4.13	Baik
7	4.06	Baik
8	4.06	Baik
9	4.0	Baik
10	4.05	Baik
11	4.04	Baik
12	4.08	Baik
13	4.23	Sangat Baik
14	4.19	Baik
Total	57,98	

Tabel 2. Hasil Pengujian Video Profil

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, seluruh indikator memperoleh kategori Baik hingga Sangat Baik. Hal ini menunjukkan bahwa video profil yang dibuat mampu menyampaikan informasi mengenai identitas, layanan, dan suasana Barbershop Bohemians dengan baik melalui penerapan teknik sinematografi dan elemen multimedia yang digunakan.

4.1.6 Distribusi (*Distribution*)

Tahap *Distribution* merupakan tahap akhir dalam metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pada tahap ini, video profil yang telah melalui proses editing, audio mixing, color grading, dan pengujian dipublikasikan kepada masyarakat.

Media distribusi yang digunakan adalah YouTube sehingga video dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat tanpa batasan waktu dan lokasi. Selain sebagai media informasi, publikasi video juga bertujuan untuk memperkenalkan Barbershop Bohemians kepada calon pelanggan serta memperluas jangkauan promosi melalui media digital.

Setelah video dipublikasikan, tautan video disebarakan kepada responden sebagai media pengisian kuesioner. Hasil kuesioner tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam

mengevaluasi keberhasilan video profil berdasarkan persepsi penonton terhadap aspek informasi, kualitas visual, teknik sinematografi, dan kualitas audio.

4.2 Pengolahan Data

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 339 responden yang telah menonton video profil Barbershop Bohemians. Pengolahan data dilakukan menggunakan skala Likert untuk mengetahui tingkat penilaian responden terhadap kualitas video berdasarkan aspek penyampaian informasi, kualitas visual, teknik sinematografi, kualitas audio, serta kesan keseluruhan terhadap video profil.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$ = Rata-rata skor

$\sum X_i$ = Jumlah skor keseluruhan

n = Jumlah responden (339 orang)

Selanjutnya, nilai rata-rata diklasifikasikan berdasarkan interval penilaian untuk menentukan kategori hasil pengujian. Kriteria interpretasi penilaian ditunjukkan pada Tabel 3.

Interval Nilai	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Cukup
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Tabel 3. Kategori Hasil Pengujian

Seluruh hasil perhitungan nilai *mean* dari keempat belas indikator kemudian direkapitulasi untuk mengetahui tingkat penerimaan responden terhadap video profil yang telah dibuat.

No	Mean	Kategori
1	4.3	Sangat Baik
2	4.16	Baik

3	4.32	Sangat Baik
4	4.38	Sangat Baik
5	3.98	Baik
6	4.13	Baik
7	4.06	Baik
8	4.06	Baik
9	4.0	Baik
10	4.05	Baik
11	4.04	Baik
12	4.08	Baik
13	4.23	Sangat Baik
14	4.19	Baik
Total	57,98	

Tabel 4. Rekapitulasi nilai

Berdasarkan hasil rekapitulasi, sebagian besar indikator memperoleh nilai pada kategori Baik hingga Sangat Baik. Nilai tertinggi diperoleh pada indikator yang berkaitan dengan kemampuan video dalam memberikan gambaran mengenai layanan serta menciptakan kesan positif terhadap Barbershop Bohemians. Sementara itu, indikator lainnya juga menunjukkan penilaian positif, yang mengindikasikan bahwa video profil mampu menyampaikan informasi secara jelas melalui penerapan teknik sinematografi, penyuntingan video, audio, dan penyajian visual yang menarik.

Secara keseluruhan, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa video profil Barbershop Bohemians diterima dengan baik oleh responden. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) serta penggunaan teknik sinematografi berhasil menghasilkan media informasi yang informatif, menarik, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

5. KESIMPULAN

- Penelitian ini berhasil menerapkan teknik sinematografi pada pembuatan video profil Barbershop Bohemians menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang

terdiri atas tahapan *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Seluruh tahapan dapat diterapkan secara sistematis sehingga menghasilkan video profil sesuai dengan tujuan penelitian.

- b. Penerapan teknik sinematografi melalui pemilihan *camera angle, type of shot, camera movement*, komposisi visual, pencahayaan, serta proses *color grading* mampu menghasilkan video yang informatif, menarik, dan memiliki kualitas visual yang baik. Video profil berhasil menampilkan identitas usaha, layanan, fasilitas, produk, serta suasana Barbershop Bohemians secara lebih komunikatif.
- c. Hasil pengujian terhadap 339 responden menggunakan kuesioner Skala Likert menunjukkan bahwa video profil memperoleh nilai rata-rata pada kategori Baik hingga Sangat Baik, dengan rekapitulasi keseluruhan menunjukkan penerimaan yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa video profil mampu menyampaikan informasi dengan jelas serta layak digunakan sebagai media informasi dan promosi Barbershop Bohemians.
- d. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup objek yang hanya dilakukan pada satu barbershop. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan video profil dengan penerapan teknik sinematografi yang lebih variatif, penggunaan peralatan produksi yang lebih profesional, serta evaluasi efektivitas media promosi melalui platform digital dengan cakupan responden yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan

bimbingan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik dan seluruh tim Barbershop Bohemians yang telah memberikan izin, informasi, serta dukungan selama proses pengambilan data dan produksi video profil. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] nuning Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi," *J. Ilm. Din. Sos.*, vol. 1, hal. 213–214, 2017.
- [2] R. Wulandari dkk., "Media Video Profile Sebagai Sarana Promosi StarHits Pada Suara Mas Abadi Jakarta," vol. 3, no. 1, hal. 74–85, 1992.
- [3] T. Afrilia, S. Widodo, dan E. Laila, "Implementasi Metode MDLC Pada Iklan Video Cinematic Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Digital Branding Cafe Cozy Coffee," hal. 117–123.
- [4] P. Pratmajaya, A. Lukistyawan, D. S. Asran, dan P. I. Prakoso, "Optimizing Profile Videos As An Effective Promotional," vol. 15, no. 2, hal. 125–140, 2024, doi: 10.33153/capture.v15i2.6485.
- [5] H. Sama dan Arif Budiman, "Perancangan Dan Implementasi Video Profil Di Sekolah Sma Maitreyawira Batam Menggunakan Metode Mdlc," *Natl. Conf. Community Serv. Proj.*, vol. 4, no. 1, hal. 1178–1186, 2022.
- [6] A. Sutrisman, S. Widodo, M. M. Amin, E. Cofriyati, J. T. Komputer, dan P. N. Sriwijaya, "Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang," hal. 11–20.
- [7] A. Menggunakan dan T. Videografi, "*, 2, 3," vol. 2, no. 4, hal. 234–237, 2020.
- [8] J. Pratama dan K. Junianto, "Perancangan Dan Implementasi Video Profile Di Sekolah Sma Kartini Batam Menggunakan Metode MDLC," vol. 4, hal. 993–998, 2022.
- [9] M. R. Dwikurnia, R. Pambudy, dan E. D. Ulya, "Implementasi Teknik Sinematografi Dalam Proses Produksi Video Iklan Di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja," vol. 9, hal. 209–224, 2024.
- [10] I. G. N. W. Satyadharma, M. Rinaldi, dan P. A. Bela, "Analisis Penerapan Teknik Sinematografi Pada Video Persembahan Wisudawan Di Lingkungan Perguruan Tinggi," vol. 5, hal. 62–73, 2024.
- [11] D. S. Farhani, Y. Sumaryana, dan T. Mufizar,

- “Pengembangan Aplikasi Media Pembelajaran Alat Musik Tradisional Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC),” vol. 12, no. 2, hal. 1133–1144, 2024.
- [12] U. R. A. Miletias, N. Sitompul, dan V. Wijaya, “Pembuatan Video Promosi Pelatihan Di Balai Latihan Kerja Sambas Menggunakan Metode MDLC,” Hal. 28–39.
- [13] B. Simamora, “Skala Likert , Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya,” vol. 12, no. 1, hal. 84–93, 2022.
- [14] P. Pakaya, R. Raupu, M. S. Tuloli, M. T. Mce, S. Si, dan M. Pd, “Analisis Kinerja Aplikasi Layanan Aspirasi Dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) Menggunakan Metode Pieces,” vol. 3, no. 2, hal. 32–44, 2023.
- [15] E. T. Hutagalung, M. Z. Rohman, dan Y. Nyura, “Implementasi Teknik Sinematografi dan Color Grading dalam Film Pendek ‘ Demi Cinta ,”” 2024.
- [16] M. Z. Rohman, M. F. Andrijasa, A. D. Aldito, D. B. Pampang, dan P. K. Timur, “Analisis Teknik Sinematik Dalam Implementasi Color Grading Pada Film Dokumenter,” hal. 48–53, 2024.