

PEMBUATAN VIDEO PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI YAYASAN TAMAN PENDIDIKAN DAN SOSIAL NAHDLATUL ULAMA KHADIJAH SURABAYA

Bobby Firman Maulana Ibrohim¹, Divandra Agustiansyah², Nabilah Alifah Almas³, Ratna Puspita Sari⁴

Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya
Nginden Intan Timur 1/18, Surabaya, Indonesia
Email: bobbyfirmanmaulanaibrohim@gmail.com

Abstract

In today's digital era, a company or organization's profile plays a crucial role in building its image and reputation in the public eye. Corporate profile videos have become an effective communication tool for introducing an organization's values, mission, and vision to a wider audience. The Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya Foundation for Education and Social Welfare, as an institution committed to the development of education and social welfare, recognizes the importance of having an informative and engaging profile video. This profile video production project aims to provide comprehensive information about the activities, programs, and social impact generated by the Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya Foundation for Education and Social Welfare. The methodology employed involves a qualitative approach with data collection through interviews, observations, and analysis of the foundation's documents. Subsequently, the video production process comprises several stages, namely pre-production, production, and post-production, integrating visual communication and narrative principles. The resulting profile video is expected to increase public awareness and understanding of the role of the Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya Foundation for Education and Social Welfare in society. Thus, this profile video not only serves as a promotional tool but also as a means of building stronger relationships with the community and relevant stakeholders..

Keywords: *Profile video, visual communication, Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya Foundation for Education and Social Welfare, education, social welfare.*

Abstrak

Di era digital saat ini, profil perusahaan atau organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun citra dan reputasi di mata publik. Video profil perusahaan menjadi alat komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan nilai-nilai, misi, dan visi organisasi kepada audiens yang lebih luas. Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya, sebagai salah satu lembaga yang berkomitmen pada pengembangan pendidikan dan kesejahteraan sosial, menyadari pentingnya memiliki video profil yang informatif dan menarik. Proyek pembuatan video profil ini bertujuan untuk menyampaikan informasi komprehensif mengenai kegiatan, program, dan dampak sosial yang dihasilkan oleh Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya. Metode yang digunakan melibatkan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen yayasan. Selanjutnya, proses produksi video meliputi beberapa tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi visual dan naratif. Video profil yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang peran Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya dalam masyarakat. Dengan demikian, video profil ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan stakeholder terkait.

Kata Kunci: *video profil, komunikasi visual, Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya, pendidikan, kesejahteraan sosial.*

1.PENDAHULUAN

Company profile adalah alat penting dalam strategi komunikasi dan branding sebuah organisasi atau perusahaan. Konsep video company profile melibatkan penyampaian informasi mengenai identitas, misi, visi, nilai-nilai, dan kegiatan organisasi melalui format video yang menarik dan informatif. Diera digital saat ini, video compro menjadi salah satu media yang paling efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih terhubung secara emosional. Sebagai alat pemasaran, company profile efektif dalam menarik perhatian dan menjelaskan keunggulan kompetitif perusahaan. Lebih dari sekadar dokumen informasi, profil ini membantu memperkuat positioning brand di pasar yang kompetitif, memastikan konsistensi pesan yang disampaikan, dan menarik talenta berkualitas yang sejalan dengan nilai-nilai perusahaan. Dalam konteks PR dan media, company profile menyediakan narasi yang solid dan menarik, memastikan representasi perusahaan tetap positif dan akurat.

Kajian teori dalam company profile melibatkan Teori Komunikasi Visual yang dimana menekankan pentingnya elemen visual dalam menyampaikan pesan. Dalam konteks video compro, penggunaan gambar, grafis, dan warna yang tepat dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan. pemahaman tentang bagaimana identitas dan citra perusahaan dibangun dan disampaikan kepada audiens. Teori branding dan komunikasi korporat sering digunakan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan. Company profile juga memanfaatkan prinsip-prinsip desain grafis untuk menciptakan tampilan visual yang menarik dan profesional, yang pada gilirannya mendukung persepsi positif terhadap perusahaan.

Dalam pembuatan company profile juga sangat penting untuk menghasilkan visual yang mendukung narasi perusahaan. Teknik ini mencakup penggunaan pencahayaan yang tepat, komposisi gambar yang baik, dan pemilihan sudut pengambilan gambar yang dapat menonjolkan elemen penting dari perusahaan, seperti fasilitas, produk, atau tim kerja. Fotografi profesional dan videografi digunakan untuk menciptakan kesan yang autentik dan menarik. Penggunaan teknik editing yang baik juga memastikan bahwa setiap gambar atau video yang dimasukkan ke dalam company profile memiliki kualitas tinggi dan mampu menyampaikan pesan dengan efektif.

Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya merupakan lembaga yang berkomitmen pada pengembangan pendidikan dan kesejahteraan sosial. Untuk meningkatkan awareness dan partisipasi masyarakat, serta menarik dukungan dari berbagai pihak, Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya membutuhkan media komunikasi yang efektif. Video company profile menjadi pilihan yang tepat karena dapat menampilkan aktivitas yayasan secara visual dan naratif, menggambarkan dampak positif yang telah dicapai, serta menyampaikan visi dan misi yayasan dengan cara yang menarik dan inspiratif.

Argumentasi ilmiah yang mendukung pembuatan video profil ini didasarkan pada beberapa pertimbangan krusial. Pertama, dengan adanya video profil, Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya dapat menyampaikan informasi tentang misi, visi, serta beragam kegiatan dan program yang dilaksanakan secara lebih komprehensif dan menarik. Hal ini akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran dan kontribusi yayasan dalam memajukan pendidikan dan kesejahteraan sosial di Surabaya.

Kedua, melalui pendekatan visual yang kuat, video profil dapat merangsang partisipasi masyarakat dalam mendukung serta berkontribusi pada program-program Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya. Dengan menyajikan cerita-cerita inspiratif dan hasil nyata yang telah dicapai oleh yayasan, video ini dapat memotivasi lebih banyak orang untuk terlibat dan mendukung misi yayasan.

Dengan mempertimbangkan fenomena dan argumentasi ilmiah yang terkait, dapat disimpulkan bahwa pembuatan video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama

Khadijah Surabaya adalah langkah yang sangat layak untuk diambil. Melalui pendekatan ini, Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya dapat lebih efektif dalam mengkomunikasikan pesan-pesan pentingnya kepada masyarakat luas, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan mendukung keberlangsungan program-program yayasan.

2.METODE PELAKSANAAN

Timeline Pembuatan Video

Timeline Pembuatan Video ini dimulai pada 7 Juli 2024 melakukan Koordinasi Awal dengan Pihak Yayasan. 18 Juli 2024 melakukan Diskusi terkait pelaksanaan Produksi. 23 Juli 2024 merupakan tahapan Pra Produksi, Kegiatan yang dilakukan adalah Script Breakdown. 27 – 28 Juli 2024 merupakan tahapan Produksi, Kegiatan yang dilakukan adalah Pengambilan Gambar. 29 – 30 Juli 2024 merupakan tahapan Pasca Produksi, kegiatan yang dilakukan adalah Editing Video Offline dan Online.

Pada bagian ini kita dengan tim 3 orang membagi tugas sebagai berikut :

a) Andra – Sutradara dan kameraman 2

Bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep, mengarahkan tim produksi, mengatur pengambilan gambar, mengawasi penyuntingan, dan memastikan bahwa video profil selesai sesuai dengan visi artistik dan tujuan komunikasi yang diinginkan.

b) Nabilah – Script & Audio

Bertugas menulis naskah yang menggambarkan visi kreatif secara jelas dan menarik, sementara creative director memastikan konsep visual dan narasi terpadu serta inovatif untuk mencapai tujuan komunikasi video profil.

c) Bobby – Editing & Kameraman 1

Bertanggung jawab untuk menyusun, memotong, dan menyelaraskan semua elemen visual dan audio menjadi video yang koheren dan menarik, sementara budgeting memastikan semua aspek produksi berjalan sesuai anggaran yang telah ditetapkan.

Timeline Pengambilan Gambar

Setiap tahapan proses produksi video atau film, mulai dari persiapan hingga pengambilan gambar dan penyelesaian. Timeline ini penting untuk memastikan bahwa semua elemen produksi dikelola dengan baik, tepat waktu, dan sesuai anggaran. Berikut adalah komponen umum dari timeline pengambilan gambar:

Hari 1 : Breakdown Brief

- Persiapan Brief dan naskah
- Konfirmasi ulang untuk penataan storyboard dan naskah
- Persiapkan team dan talent yang terlibat
- Set dan urus izin beberapa tempat yang ingin di kunjungi
- Koordinasi dengan team eksternal

Hari 2 : Set-Up dan Pengambilan Gambar

- Persiapan Brief dan naskah
- Set up kamera, pencahayaan, dan peralatan audio.
- Walkthrough dengan team untuk mengoordinasikan pengambilan gambar.
- Ambil beberapa gambar untuk beberap scene di awal

Hari 3 : Pengambilan Gambar Utama

- Mulai pengambilan gambar sesuai dengan jadwal dan shot list.
- Rekam adegan utama, close-up, dan wide shots.

- Ambil footage tambahan atau B-roll untuk digunakan selama editing.
- Evaluasi rekaman secara berkala untuk memastikan kualitas dan kontinuitas.

Hari 4 : Editing

- Review semua footage dan pilih shot terbaik.
- Lakukan editing awal untuk menyusun alur cerita.
- Tambahkan efek visual, grafis, dan transisi.
- Integrasi dengan audio, seperti musik latar dan narasi.
- Review internal dan lakukan revisi sesuai umpan balik.

☐ Hari 5 : Final Editing

- Tinjau hasil akhir dengan tim internal dan eksternal
- Lakukan color grading untuk konsistensi visual dan mood.
- Mixing dan mastering audio untuk kualitas suara optimal.
- Lakukan revisi akhir jika diperlukan.
- Produksi final output dalam format yang diperlukan (MP4, MOV, dll.).

Tabel 1

No	Barang/Kebutuhan	Perkiraan Biaya
1.	Biaya Transportasi	500.000
2.	Penyewaan Peralatan	1.000.000
3.	Pengadaan Properti	300.000
4.	Honorarium Talent dan Narator	800.000
5.	Konsumsi	400.000
6.	Editing dan Produksi	2.500.000
7.	Lisensi Musik	200.000
8.	Biaya Publikasi	300.000
9.	Cadangan/darurat	500.000
	TOTAL	6.500.000

Rincian Anggaran yang diperlukan dalam pembuatan karya ini.

Target Luaran/ Publikasi

1. Video Profil Berkualitas Tinggi:
Mempublikasikan video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya dengan kualitas produksi yang tinggi, termasuk pengambilan gambar yang jelas, suara yang jernih, dan editing yang profesional.
2. Diterbitkannya Video Profil di Situs Web Yayasan:
Menyebarkan video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya melalui situs web resmi yayasan untuk diakses oleh pengunjung situs dan masyarakat umum.
3. Penyebaran Melalui Media Sosial:
Mempublikasikan video profil melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens.
4. Pemutaran di Acara-acara dan Pertemuan Komunitas:
Menggunakan video profil sebagai alat untuk memperkenalkan Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya di acara-acara komunitas, seminar, dan pertemuan-pertemuan yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai seorang *script writer*, Nabilah merancang pondasi cerita, menentukan tone dan gaya video, serta memastikan setiap kata yang diucapkan memiliki makna yang mendalam. Sementara itu, sebagai *audioman*, Nabilah bertanggung jawab dalam menciptakan atmosfer yang tepat melalui pemilihan musik, efek suara, dan pengolahan suara narasi. Keahliannya dalam kedua bidang ini memungkinkan Nabilah untuk menyatukan elemen visual dan audio menjadi sebuah karya yang utuh dan memikat.

Tabel jobdesk Nabilah menggambarkan bagaimana ia terlibat dalam setiap tahap produksi. Mulai dari pra-produksi, di mana ia melakukan riset mendalam dan merumuskan konsep cerita, hingga pasca-produksi, di mana ia melakukan pengolahan suara dan pemilihan musik. Setiap tugas yang dilakukan oleh Nabilah memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk memastikan bahwa video yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan menginspirasi. Misalnya, dalam tahap produksi, Nabilah tidak hanya melakukan wawancara, tetapi juga memperhatikan suasana dan ekspresi narasumber agar mendapatkan hasil yang maksimal. Sementara itu, dalam tahap pasca-produksi, ia memastikan bahwa setiap suara yang terdengar dalam video memiliki kualitas yang baik dan mendukung cerita yang disampaikan.

Sebagai kameramen dan editor, Bobby memiliki peran yang sangat sentral dalam mewujudkan visi kreatif sebuah video. Bobby tidak hanya bertanggung jawab atas kualitas visual video, tetapi juga turut berperan dalam menentukan ritme dan atmosfer sebuah cerita. Keahlian teknisnya dalam mengoperasikan berbagai jenis kamera dan software editing memungkinkan untuk menghasilkan gambar yang indah dan menarik, serta efek visual yang mendukung narasi.

Tabel jobdesk Bobby secara detail menggambarkan bagaimana ia terlibat dalam setiap tahap produksi video. Mulai dari tahap pra-produksi di mana ia merencanakan pengambilan gambar, hingga tahap pasca-produksi di mana ia menyusun dan mengolah footage menjadi sebuah video yang utuh. Setiap tugas yang dilakukan oleh Bobby memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk memastikan bahwa setiap frame dalam video memiliki kualitas yang terbaik dan mendukung cerita yang ingin disampaikan. Misalnya, dalam tahap produksi, Bobby harus memastikan bahwa setiap shot yang diambil memiliki komposisi yang baik, pencahayaan yang tepat, dan fokus yang tajam. Sementara itu, dalam tahap pasca-produksi, ia harus memiliki ketelitian dalam memilih potongan-potongan video yang relevan, mengatur ritme video, dan menambahkan efek visual yang sesuai.

Sebagai sutradara, Andra adalah otak di balik sebuah film. Ia bertanggung jawab untuk menerjemahkan sebuah naskah menjadi sebuah karya visual yang menarik dan bermakna. Mulai dari tahap pra-produksi, Andra terlibat dalam merancang konsep dan merencanakan setiap detail syuting. Selama produksi berlangsung, Andra memberikan arahan kepada seluruh kru, memastikan setiap adegan sesuai dengan visi yang telah ia tetapkan. Dan di tahap pasca-produksi, Andra bekerja sama dengan editor untuk menyempurnakan hasil akhir video.

Tugas Andra sebagai sutradara sangatlah beragam. Ia tidak hanya perlu memiliki kemampuan kreatif dalam menyusun cerita dan visual, tetapi juga harus memiliki kemampuan manajerial untuk mengelola tim produksi dan memastikan semuanya berjalan lancar. Andra juga memiliki pengetahuan teknis yang cukup untuk memahami proses produksi video secara keseluruhan, mulai dari pengambilan gambar hingga penyuntingan.

Rincian Pelaksanaan

Tahap pra-produksi merupakan fondasi dari sebuah proyek video. Dalam tahap ini, Andra sebagai sutradara menyusun konsep cerita yang kuat dan menginspirasi, menggambarkan visi yang ingin disampaikan melalui video. Konsep ini kemudian dituangkan ke dalam sebuah storyboard yang detail, menjadi panduan visual bagi seluruh tim. Sementara itu, Nabilah, penulis naskah, melakukan

riset mendalam tentang yayasan, mewawancarai para pengurus dan penerima manfaat, serta menyusun naskah yang baik. Bobby, sebagai kameramen, mempersiapkan segala peralatan yang dibutuhkan, mulai dari kamera, lensa, hingga aksesoris pendukung, dan membuat moodboard yang akan menjadi acuan visual selama proses syuting.

Ketika semua persiapan telah matang, tim produksi memasuki tahap produksi. Di bawah arahan Andra, proses syuting berlangsung dengan lancar. Kamera bergerak menangkap setiap momen berharga, mulai dari kegiatan belajar mengajar hingga kegiatan sosial yang dilakukan oleh yayasan. Bobby dengan cermat mengoperasikan kamera untuk mendapatkan angle yang menarik dan dramatis. Sementara itu, Nabilah memastikan bahwa setiap wawancara berjalan dengan lancar dan mendapatkan cerita-cerita yang menginspirasi.

Setelah proses syuting selesai, tim memasuki tahap pasca-produksi yang tak kalah penting. Bobby sebagai editor menyusun potongan-potongan video menjadi sebuah narasi yang utuh dan menarik. Ia juga melakukan color grading untuk menghasilkan tampilan visual yang estetik dan sesuai dengan tema video. Andra berperan sebagai pengawas kualitas, memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan konsep awal dan menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Nabilah bertanggung jawab dalam pemilihan musik latar dan efek suara yang dapat memperkuat emosi penonton.

Tahap finalisasi merupakan tahap terakhir dalam proses produksi. Setelah melalui beberapa kali revisi, video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya siap untuk ditayangkan. Tim produksi melakukan pengecekan akhir untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis. Setelah dinyatakan selesai, video ini siap untuk dibagikan kepada publik melalui berbagai platform media sosial dan website resmi yayasan.

Video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya tidak hanya menjadi sebuah karya audiovisual yang menarik, tetapi juga menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan oleh yayasan. Melalui video ini, diharapkan semakin banyak orang yang tergerak untuk ikut berkontribusi dalam memajukan pendidikan dan kesejahteraan anak-anak di Surabaya.

Evaluasi

Evaluasi terhadap proses produksi video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya mengungkap beberapa temuan penting. Kendati tidak dihadapkan pada kendala cuaca yang berarti, tim produksi masih menemui beberapa tantangan lain. Salah satunya adalah keterbatasan waktu yang dialokasikan untuk setiap tahap produksi. Hal ini mengakibatkan beberapa adegan terpaksa dipotong atau disederhanakan. Selain itu, koordinasi antar anggota tim dalam beberapa momen juga perlu ditingkatkan. Terdapat beberapa kendala komunikasi yang berdampak pada efisiensi produksi. Kendala teknis seperti masalah pada perekam suara juga sempat terjadi, namun berhasil diatasi dengan cepat berkat kesigapan tim.

Untuk meningkatkan kualitas produksi video di masa mendatang, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, perencanaan yang lebih detail dan realistis perlu dilakukan. Estimasi waktu untuk setiap tahap produksi harus memperhitungkan kemungkinan terjadinya kendala tidak terduga. Kedua, perlu adanya peningkatan dalam hal komunikasi antar anggota tim. Misalnya, dengan mengadakan rapat koordinasi secara berkala atau menggunakan media komunikasi online untuk memudahkan koordinasi.

Script Breakdown

Scene Pembukaan (Introduction)

Adegan 1: Pengambilan Gambar dari Udara Yayasan Khadijah

Visual: Aerial shot yang memperlihatkan seluruh area kampus Yayasan Khadijah dari atas.

Audio/Narasi: Musik latar yang inspiratif.

Adegan 2: Pengambilan Gambar Medium Logo Yayasan

Visual: Close-up logo Yayasan Khadijah.

Audio/Narasi: Pengisi suara: "Selamat datang di Yayasan Khadijah."

Scene Misi dan Visi

Adegan 3: Wawancara dengan Kepala Yayasan

Visual: Pengambilan gambar medium kepala yayasan di kantor yang terang.

Audio/Narasi: Kepala Yayasan: "Selamat datang di Yayasan Khadijah. Kami didirikan dengan tujuan untuk memberikan pendidikan yang berkualitas dan kesempatan sosial bagi masyarakat Surabaya."

Adegan 4: B-Roll Kegiatan Pendidikan

Visual: Cuplikan siswa di dalam kelas, guru yang menjelaskan pelajaran, dan anak-anak yang berpartisipasi dalam kegiatan ekstrakurikuler.

Audio/Narasi: Kepala Yayasan (Voiceover): "Kami percaya bahwa setiap anak berhak mendapatkan pendidikan terbaik, tanpa memandang latar belakang mereka."

Scene Program Pendidikan

Adegan 5: Montase Kelas dan Lokakarya Berbeda

Visual: Berbagai cuplikan kelas dan lokakarya yang berbeda.

Audio/Narasi: Musik latar yang dinamis.

Adegan 6: Testimoni dari Siswa dan Guru

Visual: Pengambilan gambar medium siswa dan guru yang berbagi pengalaman mereka.

Audio/Narasi: Siswa: "Yayasan Khadijah memberikan saya banyak kesempatan untuk belajar dan berkembang."

Scene Pengabdian Masyarakat dan Program Sosial.

Adegan 7: Cuplikan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Visual: Cuplikan kegiatan pengabdian masyarakat dan acara-acara.

Audio/Narasi: Musik latar yang menyentuh.

Adegan 8: Wawancara dengan Anggota Masyarakat

Visual: Pengambilan gambar medium wawancara dengan anggota masyarakat.

Audio/Narasi: Anggota Masyarakat: "Yayasan Khadijah telah membantu kami dalam banyak hal, dari pendidikan hingga kegiatan sosial."

Scene Rencana dan Visi Masa Depan

Adegan 9: Wawancara dengan Kepala Yayasan (Bagian 2)

Visual: Lanjutan wawancara yang membahas rencana masa depan.

Audio/Narasi: Kepala Yayasan: "Kami memiliki banyak rencana untuk masa depan, termasuk proyek-proyek baru yang akan memperluas jangkauan kami."

Adegan 10: Visualisasi Proyek yang Direncanakan

Visual: Animasi atau render proyek yang direncanakan dan ekspansi.

Audio/Narasi: Pengisi suara: "Inilah beberapa rencana kami untuk masa depan Yayasan Khadijah."

Scene Penutupan (Call to Action)

Adegan 11: Kompilasi Momen Utama

Visual: Montase momen-momen utama dari video.

Audio/Narasi: Musik latar yang kuat dan emosional.

Adegan 12: Pernyataan Penutup dan Informasi Kontak

Visual: Teks overlay dengan ajakan bertindak dan informasi kontak.

Audio/Narasi: Pengisi suara: "Bergabunglah dengan kami dalam membuat perbedaan. Hubungi kami di yayasankhadijah.org."

Komponen Visual dan Audio

Narasi: Pengisi suara profesional untuk memandu cerita.

Musik Latar: Musik yang inspiratif dan menggugah untuk meningkatkan keterlibatan emosional.

Efek Suara: Efek suara halus untuk melengkapi aksi dan transisi.

Grafik: Animasi teks dan elemen grafis untuk memberikan informasi tambahan dan konteks.

4. SIMPULAN

Meskipun proses pembuatan video profil Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya menghadapi keterbatasan waktu dan kendala teknis, tim produksi berhasil menyelesaikannya dengan baik. Kerja sama yang solid antar anggota tim menjadi faktor kunci keberhasilan produksi video ini.

Namun demikian, terdapat beberapa area yang perlu ditingkatkan di masa mendatang. Perencanaan yang lebih matang, peningkatan koordinasi antar tim, dan evaluasi terhadap peralatan yang digunakan akan membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi video.

Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif dan menerapkan rekomendasi yang diberikan, diharapkan produksi video profil selanjutnya dapat berjalan lebih lancar dan menghasilkan karya yang lebih baik lagi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, Muhammad Ridwan. "Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta." *Jurnal PenSil* 9, no. 1 (2020): 9–18.
- Dennis Oliver Honarto, A. D. (2018). PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. EUREKA ARCHITECT. 8.
- Desrianti, Dewi Immaniar. Sudaryono. Dwi Ayu Ningrum. 2014. Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus Pada Bookstore, *Journal CCIT* Vol. 7 No.3 - Mei 2014. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- Fatimah, K. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK. *Adventure Works Monthly*, 3.
- Hendratman, Hendi. 2012. *The Magic Of Adobe Premier Pro*, Bandung: Informatika Bandung.
- Indria, D. R. (No.1 Edisi Agustus 2018). Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal*, 43-44.
- Kalyanasundaram, D. K. Santhakumar. 2015. An Efficient Method to Improve the Audio Quality Using AAC Low Complexity Decoder, *Journal IJRITCC - International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication* Vol. 3, No. 3. India.
- Kausar, Ahmad. Yusuf Fauzi Sutiawan. Vidila Rosalina. 2015. Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro CS 6, Serang: *Jurnal Sistem Komputer* Vol. 2 No. 1.
- Kurriawan Budi Pranata, D. N. (2018). *Panduan Praktis Pembuatan Company Profile Bagi UMKM*. Media Nusa Creative, 19.
- Munir. 2013. *Multimedia konsep dan aplikasi dalam pendidikan*, Bandung : Alfabeta.