



Perancangan Video Profil Program *Orchidpreneur* Sidomulyo untuk Lomba Kreativitas dan Inovasi Kabupaten Magelang 2027

Febri Pamungkas^{1*}, Agus Priyadi²

¹⁻²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Indonesia

Email: febripamungkas842@gmail.com¹, aguspriyadi@stekom.ac.id²

*Penulis Korespondensi: febripamungkas842@gmail.com

Abstract. Local potential-based innovation requires effective information dissemination media. The *Orchidpreneur* Sidomulyo Program is an innovation that integrates orchid cultivation, edutourism, the creative economy, and social empowerment. Due to the broad scope of the program, a medium capable of delivering information in an informative, structured, and engaging manner is required, particularly to support participation in the 2027 Magelang Regency Creativity and Innovation (KRENOVA) Competition. This study aimed to design a profile video as an audiovisual information dissemination medium for the *Orchidpreneur* Sidomulyo Program. A descriptive qualitative approach was employed using the Media Production Concept (KPM) development model, which consists of pre-production, production, and post-production stages. The result of this study was an MP4 profile video with Full HD (1920 × 1080 pixels) resolution presenting the program's identity, main activities, benefits, and impacts. The video was designed using a Visual Communication Design approach by combining cinematography, typography, and audio elements to produce an audiovisual medium for disseminating information to the evaluation team and the public.

Keywords: Audiovisual Media; Information Dissemination; Media Production Concept; *Orchidpreneur* Sidomulyo; Profile Video.

Abstrak. Inovasi berbasis potensi lokal memerlukan media diseminasi informasi yang efektif. Program *Orchidpreneur* Sidomulyo merupakan inovasi yang mengintegrasikan budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial. Dengan cakupan program yang luas, diperlukan media yang mampu menyampaikan informasi secara informatif, terstruktur, dan menarik, khususnya untuk mendukung keikutsertaan dalam Lomba Kreativitas dan Inovasi (KRENOVA) Kabupaten Magelang Tahun 2027. Penelitian ini bertujuan merancang video profil sebagai media diseminasi informasi Program *Orchidpreneur* Sidomulyo berbasis audiovisual. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model pengembangan Konsep Produksi Media (KPM) yang terdiri atas tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil penelitian berupa video profil berformat MP4 dengan resolusi *Full HD* (1920 × 1080 piksel) yang menyajikan identitas, aktivitas utama, manfaat, dan dampak Program *Orchidpreneur* Sidomulyo. Video dirancang melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual dengan memadukan unsur sinematografi, tipografi, dan tata suara sehingga menghasilkan media audiovisual yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada tim penilai maupun masyarakat.

Kata Kunci: Diseminasi Informasi; Konsep Produksi Media; Media Audiovisual; *Orchidpreneur* Sidomulyo; Video Profil.

1. LATAR BELAKANG

Inovasi berbasis potensi lokal memerlukan media yang mampu menyampaikan gagasan, aktivitas, manfaat, dan dampaknya secara jelas. Media audiovisual memungkinkan gambar bergerak, suara, teks, dan narasi disatukan dalam satu pesan. Penerapannya telah digunakan pada bidang kepemudaan, penyiaran, pendidikan, dan perguruan tinggi (Baqi et al., 2021; Hidayath et al., 2024; Hujairi et al., 2023; Ichfan et al., 2023), sedangkan video profil dimanfaatkan untuk memperkenalkan identitas dan aktivitas objek kepada khalayak (Aghnia & Kusumandyoko, 2022; Tama et al., 2026).

Program Orchidpreneur Sidomulyo merupakan inovasi berbasis potensi lokal yang mengintegrasikan budidaya anggrek, eduwisata melalui Orchid Journey, ekonomi kreatif dan UMKM, serta pemberdayaan sosial. Keempat aspek tersebut membentuk rangkaian informasi yang luas mengenai identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak program. Karena itu, diperlukan media yang mampu menyajikannya secara terstruktur dan mudah dipahami, khususnya untuk mendukung keikutsertaan pada Lomba Kreativitas dan Inovasi (KRENOVA) Kabupaten Magelang Tahun 2027.

Hasil observasi dan pengumpulan data awal menunjukkan belum tersedia video profil yang menyajikan Program Orchidpreneur Sidomulyo secara utuh. Informasi masih disampaikan melalui komunikasi langsung dan media konvensional sehingga identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak program belum terkemas dalam satu media audiovisual yang fleksibel. Kebutuhan serupa terhadap video sebagai sarana komunikasi digital ditemukan pada (Wicaksono et al., 2022), sedangkan (Akbar & Anggalih, 2023) serta (Lestari et al., 2024) menunjukkan pemanfaatan video profil untuk penyampaian informasi dan promosi.

Video profil dipilih karena mampu menggabungkan informasi verbal dan visual sehingga lokasi, budidaya anggrek, Orchid Journey, ekonomi kreatif, serta pemberdayaan sosial dapat ditampilkan secara konkret. Pendekatan ini sejalan dengan perancangan video profil oleh (Aghnia & Kusumandyoko, 2022), (Ichfan et al., 2023), (L. Sunarya et al., 2023), dan (Lestari et al., 2024). Elemen grafis juga digunakan untuk memperkuat pesan audiovisual sebagaimana diterapkan oleh (Safenthi, 2023) serta Santoso dan Nugroho (2024). Dalam penelitian ini, unsur sinematografi, tipografi, narasi, tata suara, dan grafis dipadukan untuk program inovasi berbasis potensi lokal yang mengintegrasikan empat bidang kegiatan. Perbandingan fokus dan kesenjangannya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Kesenjangan Penelitian

Penelitian	Fokus Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan / Kesenjangan Penelitian
Lestari et al. (2024) – Media <i>Video Profile</i> sebagai Sarana Promosi PT Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang	Perancangan video profil sebagai sarana promosi perusahaan	Sama-sama merancang video profil sebagai media audiovisual untuk menyampaikan informasi mengenai objek	Berfokus pada perusahaan dengan orientasi promosi, sedangkan penelitian ini berfokus pada program inovasi berbasis potensi lokal dengan fungsi utama sebagai media informasi untuk mendukung KRENOVA 2027

Penelitian	Fokus Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan / Kesenjangan Penelitian
Akbar & Anggalih (2023) – Perancangan <i>Video Profile</i> sebagai Media Promosi UMKM Snack SS Nganjuk	Perancangan video profil untuk mendukung promosi UMKM	Sama-sama mengangkat potensi ekonomi lokal dan menggunakan video profil sebagai media komunikasi	Objek berupa satu UMKM dan berorientasi pada promosi produk, sedangkan penelitian ini mengangkat program multidimensional yang mengintegrasikan budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial
Agung et al. (2024) – Pengembangan Video Profil Dwibahasa untuk Promosi Wisata Daerah di Kabupaten Landak	Pengembangan video profil untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata daerah	Sama-sama menggunakan video profil untuk memperkenalkan potensi lokal kepada khalayak	Berfokus pada promosi wisata daerah dengan pendekatan dwibahasa, sedangkan penelitian ini berfokus pada Program Orchidpreneur Sidomulyo yang memiliki cakupan informasi lebih luas dan dirancang untuk mendukung keikutsertaan dalam KRENOVA Kabupaten Magelang 2027

Sumber: Diolah penulis (2026).

Tabel 1 menunjukkan bahwa penelitian terdahulu lebih banyak menerapkan video profil pada perusahaan, UMKM, dan potensi wisata. Penelitian ini membedakan diri melalui objek berupa program inovasi berbasis potensi lokal yang mengintegrasikan budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial untuk mendukung KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Berdasarkan kebutuhan tersebut, penelitian ini merancang Video Profil Program Orchidpreneur Sidomulyo sebagai media audiovisual yang menyatukan identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak program. Relevansi video profil sebagai media informasi telah ditunjukkan pada berbagai objek (Baqi et al., 2021; Hujairi et al., 2023; Tama et al., 2026; Widayanto et al., 2021). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan Konsep Produksi Media (KPM) yang meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

2. KAJIAN TEORITIS

Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) mengelola unsur visual untuk menyampaikan pesan secara jelas dan sesuai karakter audiens. Dalam video profil, DKV menjadi dasar pengaturan komposisi, tipografi, sinematografi, warna, dan elemen grafis. Pendekatan tersebut juga digunakan dalam perancangan video profil oleh (Aghnia & Kusumandyoko, 2022) serta (Akbar & Anggalih, 2023)

Video Profil

Video profil merupakan media audiovisual untuk memperkenalkan identitas, aktivitas, dan karakter suatu lembaga, perusahaan, program, atau objek. Pemanfaatannya telah diterapkan pada bidang kepemudaan, pendidikan, UMKM, perusahaan, dan wisata (Aghnia & Kusumandyoko, 2022; Akbar & Anggalih, 2023; Baqi et al., 2021; Widayanto et al., 2021)

Fungsi video profil berkembang dari dokumentasi menjadi media informasi dan promosi (Agung et al., 2024; Lestari et al., 2024; P. A. Sunarya et al., 2026). Penerapannya pada lingkungan pendidikan ditemukan pada (Agung et al., 2024; Lestari et al., 2024; P. A. Sunarya et al., 2026). Pada konteks perusahaan dan pemasaran, video profil digunakan untuk memperkuat informasi, promosi, dan kesadaran merek (Firmansyah & Lestari, 2023). Pemanfaatan pada potensi desa, pengabdian, restoran, hotel, dan sekolah juga dilaporkan oleh (Junaidi et al., 2022; Rusyada et al., 2024; L. Sunarya et al., 2021). Keragaman tersebut menunjukkan fleksibilitas video profil terhadap kebutuhan informasi dan karakter audiens.

Media Audiovisual

Media audiovisual memadukan gambar bergerak, narasi, musik, teks, dan suara lingkungan dalam satu pesan. Penggunaannya sebagai media informasi dan promosi telah diterapkan pada video profil dan *company profile* (Hidayath et al., 2024; Ichfan et al., 2023; Novianty et al., 2021). Dalam penelitian ini, unsur audiovisual digunakan untuk memvisualisasikan lokasi dan empat pilar Program Orchidpreneur Sidomulyo secara konkret dan terstruktur.

Sinematografi

Sinematografi mengatur cara objek direkam melalui komposisi, ukuran gambar, sudut pengambilan, dan pergerakan kamera. Pengelolaan tersebut mendukung penyampaian informasi dalam video profil (Aghnia & Kusumandyoko, 2022). Pada penelitian ini, sinematografi digunakan agar setiap *footage* sesuai dengan fungsi informasi dan kondisi kegiatan Program Orchidpreneur Sidomulyo.

Storyboard

Storyboard merupakan rancangan urutan adegan yang menerjemahkan konsep dan alur informasi ke bentuk visual sebelum produksi. *Storyboard* penelitian memuat pengenalan program, latar belakang, aktivitas utama, manfaat, dampak, hingga penutup. Penggunaannya sebagai pedoman perencanaan video juga diterapkan oleh (Aghnia & Kusumandyoko, 2022; Pratama & Chua, 2023).

Tipografi

Tipografi mengatur pemilihan, ukuran, penempatan, dan keterbacaan teks dalam komunikasi visual. Pada video profil, tipografi memperkuat judul, identitas, keterangan adegan, dan informasi pendukung. Pemanfaatan elemen grafis untuk memperjelas pesan visual juga ditemukan pada (Safenthi, 2023; Santoso & Nugroho, 2024).

Editing Video

Editing video menyatukan *footage*, narasi, musik, suara lingkungan, tipografi, elemen grafis, transisi, dan penyesuaian visual menjadi alur audiovisual yang utuh. Dalam penelitian ini, proses *editing* mengikuti *storyline* dan *storyboard* agar informasi tersusun runtut. Pemanfaatan elemen grafis dalam pengolahan video juga diterapkan oleh (Safenthi, 2023; Santoso & Nugroho, 2024).

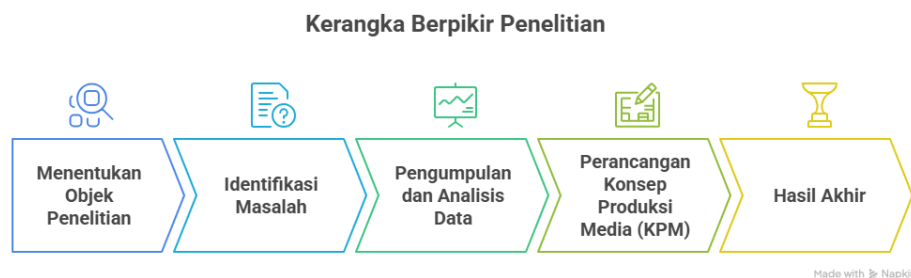
Konsep Produksi Media (KPM)

Konsep Produksi Media (KPM) merupakan metode perancangan audiovisual melalui tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahapan tersebut mengarahkan proses dari penyusunan konsep, pengambilan materi visual dan audio, hingga penyuntingan produk akhir. KPM juga digunakan dalam pengembangan *company profile* sebagai media informasi dan promosi (Abdul Baqi et al., 2025; Baqi et al., 2021; L. Sunarya et al., 2023), sehingga sesuai dengan kebutuhan perancangan video profil Program Orchidpreneur Sidomulyo.

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dan Pengembangan

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model pengembangan Konsep Produksi Media (KPM) untuk merancang video profil Program Orchidpreneur Sidomulyo bagi KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh dan menginterpretasikan informasi objek, sedangkan KPM mengarahkan pengembangan melalui pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Alur penelitian mencakup penentuan objek, identifikasi masalah, pengumpulan dan analisis data, perancangan media, serta hasil akhir sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian.

Sumber: Diolah penulis (2026).

Menentukan Objek Penelitian

Objek penelitian adalah Program Orchidpreneur Sidomulyo yang mengintegrasikan budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial. Program dipilih karena cakupan informasinya beragam dan membutuhkan media terstruktur untuk mendukung penyampaian informasi pada KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027.

Identifikasi dan Analisis Masalah

Identifikasi masalah dilakukan melalui observasi awal dan studi dokumen. Hasilnya menunjukkan bahwa informasi program mencakup empat bidang kegiatan, tetapi belum tersedia video profil yang menyajikan identitas, aktivitas, manfaat, dan dampaknya secara terpadu. Kondisi tersebut menjadi dasar kebutuhan perancangan media audiovisual untuk KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi menggambarkan lokasi serta aktivitas program, wawancara memperoleh informasi substantif, dokumentasi menyediakan materi visual dan audio, sedangkan studi pustaka mengkaji penelitian terkait video profil, DKV, dan media audiovisual. Data tersebut digunakan untuk menetapkan materi informasi, konsep visual, alur cerita, serta kebutuhan produksi.

Perancangan Konsep Produksi Media (KPM)

Pra-Produksi

Pra-produksi mencakup penetapan tujuan informasi, ide kreatif, sinopsis, *voice over*, *storyline*, *storyboard*, kebutuhan *footage*, lokasi, peralatan, dan jadwal produksi. Informasi kemudian disusun menjadi alur pengenalan program, aktivitas utama, manfaat, dan dampak. Hasil tahap ini menjadi pedoman pelaksanaan produksi.

Produksi

Produksi merupakan pengambilan materi visual dan audio sesuai *storyboard* pada lingkungan Sidomulyo Orchid, *greenhouse*, kegiatan budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif dan UMKM, serta pemberdayaan masyarakat. Hasilnya berupa *footage* dan audio yang digunakan pada tahap pasca-produksi.

Pasca-Produksi

Pasca-produksi mengolah materi menjadi video profil melalui seleksi *footage*, penyusunan *scene*, penambahan teks, *voice over*, musik latar, pengaturan audio, penyesuaian warna, transisi, dan *rendering* menggunakan *CapCut Pro*. Seluruh unsur disusun sesuai alur agar informasi program tersampaikan secara runtut.

Hasil Akhir

Hasil akhir berupa Video Profil Program Orchidpreneur Sidomulyo dalam format MP4 dengan resolusi *Full HD* 1920×1080 piksel. Video memuat identitas, empat pilar utama, aktivitas, manfaat, dan dampak program melalui unsur sinematografi, tipografi, narasi, dan tata suara untuk digunakan sebagai media informasi bagi tim penilai maupun masyarakat.

Instrumen dan Sumber Data

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi Program Orchidpreneur Sidomulyo untuk menggali identitas, aktivitas utama, manfaat, dampak, serta kebutuhan media. Data sekunder berasal dari 32 artikel ilmiah yang relevan dengan video profil, media audiovisual, DKV, dan pengembangan media sebagai landasan teoritis serta pembandingan perancangan.

Instrumen penelitian meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara, perangkat dokumentasi, dan perangkat produksi audiovisual. Data dianalisis secara kualitatif deskriptif melalui identifikasi, pengelompokan, dan interpretasi untuk menentukan isi pesan, kebutuhan visual-audio, alur informasi, serta konsep video profil.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan Media

Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa Program Orchidpreneur Sidomulyo memiliki empat aspek utama, yaitu budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial. Informasi program sebelumnya lebih banyak disampaikan melalui proposal, presentasi, komunikasi langsung, dan dokumentasi kegiatan, sehingga belum tersedia media audiovisual yang menyajikan identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak program secara terstruktur.

Wawancara dengan pihak Sidomulyo Orchid menunjukkan kebutuhan media yang ringkas, visual, dan mudah dipahami untuk mendukung penyampaian informasi kepada tim penilai KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Dokumentasi juga menyediakan materi visual berupa budidaya anggrek, Orchid Journey, ekonomi kreatif, keterlibatan UMKM, dan pemberdayaan masyarakat.

Atas dasar kebutuhan tersebut, video profil dipilih karena dapat menggabungkan gambar bergerak, narasi, teks, musik, dan suara. Pemilihan ini sejalan dengan penelitian yang menggunakan video profil untuk menyampaikan informasi mengenai lembaga, perusahaan, potensi daerah, dan objek lain (Hidayath et al., 2024; Ichfan et al., 2023; Lestari et al., 2024; Tama et al., 2026). Perbedaannya, penelitian ini menyatukan beberapa bidang kegiatan dalam satu program inovasi berbasis potensi lokal.

Hasil analisis kebutuhan menjadi dasar penetapan isi video, yaitu identitas dan latar belakang program, empat aspek utama, aktivitas, manfaat, serta dampak Program Orchidpreneur Sidomulyo.

Perancangan Video Profil

Perancangan video profil menerjemahkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka ke dalam konsep audiovisual yang runtut dan mudah dipahami. Konsep Produksi Media (KPM) digunakan sebagai acuan melalui tiga tahap yang saling berkaitan, yaitu pra-produksi untuk merancang konsep, produksi untuk mengambil materi visual-audio, dan pasca-produksi untuk menyuntingnya menjadi video profil yang utuh.

Pra-Produksi

Penyusunan Konsep

Pra-produksi diawali dengan penyusunan konsep yang berfokus pada pengenalan Program Orchidpreneur Sidomulyo, empat pilar utama, kegiatan, manfaat, dan dampaknya. Konsep visual memadukan *footage* lapangan, narasi, teks, musik latar, dan elemen grafis sebagai dasar penyusunan sinopsis, *storyline*, *storyboard*, serta proses produksi.

Penyusunan Sinopsis

Sinopsis disusun secara bertahap, dimulai dari pengenalan Sidomulyo Orchid, latar belakang program, empat pilar utama, aktivitas dan keterlibatan masyarakat, manfaat serta dampak, lalu ditutup dengan harapan keberlanjutan program. Susunan tersebut menjaga alur informasi dari pengenalan objek hingga hasil program.

Penyusunan Storyboard

Storyboard memuat urutan adegan dari pengenalan Sidomulyo Orchid, latar belakang, empat pilar, aktivitas, manfaat dan dampak, hingga penutup. Setiap adegan dilengkapi

rancangan visual, kebutuhan *footage*, dan narasi sebagai acuan produksi. Rancangannya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. *Storyboard* Video Profil.

No	Visual Storyboard	Deskripsi Adegan	Tujuan
1		Menampilkan <i>bumper</i> pembuka “Orchidpreneur Sidomulyo” sebagai identitas video.	Memperkenalkan program dan menampilkan identitas visual merek.
2		Menampilkan area Sidomulyo Orchid dan <i>greenhouse</i> sebagai lokasi pelaksanaan program.	Menampilkan suasana lokasi dan memberikan konteks lapangan kepada audiens.
3		Menampilkan latar belakang Program Orchidpreneur Sidomulyo melalui narasi dan <i>footage</i> kegiatan	Menjelaskan alur terbentuknya Program Orchidpreneur Sidomulyo dan memperkuat pemahaman audiens.
4		Menampilkan adegan yang merepresentasikan pilar utama Program Orchidpreneur Sidomulyo	Memperkenalkan substansi Program Orchidpreneur Sidomulyo
5		Menampilkan kegiatan eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial	Menunjukkan implementasi program secara nyata
6		Menampilkan manfaat dan dampak program bagi masyarakat.	Menunjukkan hasil dan kontribusi.
7		Menampilkan penutup video disertai <i>footage memories</i> dan identitas program	Untuk meringkas rangkaian Program Orchidpreneur Sidomulyo agar lebih tertanam di benak audiens.

Sumber: Diolah penulis (2026).

Persiapan Produksi

Persiapan produksi menetapkan lokasi, *talent*, jadwal, peralatan, dan kebutuhan teknis sesuai *storyboard*. Penyesuaian tersebut menjaga kesesuaian adegan dengan alur serta konsep visual, sekaligus mengurangi kendala waktu, koordinasi, dan kemungkinan pengambilan gambar ulang. Dengan persiapan yang terstruktur, materi visual dan audio dapat diperoleh lebih efektif sesuai kebutuhan video profil.

Produksi

Tahap produksi menghasilkan *footage* dan audio mengenai lingkungan Sidomulyo Orchid, budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, pemberdayaan sosial, serta visual pendukung lain sesuai *storyboard*. Materi dipilih agar tiap bagian program terwakili dalam alur informasi yang utuh.

Pengambilan gambar dilakukan menggunakan variasi komposisi, ukuran gambar, sudut pengambilan, dan pergerakan kamera yang disesuaikan dengan fungsi serta karakter setiap adegan. Penerapan teknik tersebut membantu menampilkan aktivitas Program Orchidpreneur Sidomulyo secara lebih jelas, dinamis, dan mudah dipahami oleh audiens. Selain memberikan variasi visual, pemilihan teknik sinematografi juga berperan dalam mengarahkan perhatian audiens pada objek atau aktivitas utama yang ingin ditonjolkan. Dengan demikian, setiap visual tidak hanya memiliki nilai estetis, tetapi juga mampu memperkuat penyampaian pesan mengenai identitas, kegiatan, manfaat, dan dampak program. Rincian adegan beserta teknik sinematografi yang digunakan disajikan pada Tabel 3.

Pengambilan Footage Visual

Tabel 3. Proses Pengambilan Footage Visual.

No	Visual Footage	Adegan	Teknik Sinematografi	Pembahasan
1		Opening Drone Sidomulyo Orchid	Bird's Eye View - Extreme Long Shot – Forward Movement	Pengambilan <i>footage</i> pembuka menggunakan <i>Bird's Eye View</i> yang dipadukan dengan <i>Extreme Long Shot</i> (ELS) untuk menampilkan kawasan Sidomulyo Orchid secara menyeluruh sebagai <i>establishing shot</i> . Pergerakan kamera maju (<i>forward movement</i>) digunakan untuk menghasilkan transisi visual yang halus sekaligus memberikan orientasi lokasi kepada audiens sebelum memasuki pembahasan utama.

No	Visual Footage	Adegan	Teknik Sinematografi	Pembahasan
2		Menampilkan area <i>greenhouse</i> beserta deretan tanaman anggrek sebagai lokasi budidaya Program Orchidpreneur Sidomulyo.	<i>Bird's Eye View - Long Shot - Forward Movement</i>	Pengambilan footage menggunakan Bird's Eye View dan Long Shot (LS) untuk menampilkan kondisi greenhouse serta deretan tanaman anggrek secara menyeluruh. Pergerakan drone maju (forward movement) membantu memperjelas tata letak area budidaya sekaligus menghasilkan visual yang lebih dinamis.
3		Menampilkan proses penjarangan ide Program Orchidpreneur Sidomulyo	<i>Eye Level-Medium Shot-Static Shot</i>	Pengambilan footage menggunakan Eye Level dan Medium Shot (MS) untuk menampilkan interaksi antara narasumber dan peserta secara alami. Kamera yang cenderung statis membantu menjaga fokus pada proses diskusi sehingga penyampaian informasi dan kolaborasi dalam Program Orchidpreneur Sidomulyo terlihat lebih jelas.
4		Menampilkan Aktivitas Budidaya Anggrek	<i>Eye Level - Long Shot - Static Shot</i>	Pengambilan footage menggunakan Eye Level dan Long Shot (LS) untuk menampilkan aktivitas budidaya anggrek beserta lingkungan greenhouse secara utuh. Kamera statis membantu menjaga fokus pada aktivitas budidaya sekaligus memperlihatkan kondisi area sekitarnya dengan jelas
5		Menampilkan Kegiatan <i>Orchid Journey</i>	<i>Eye Level - Medium Shot & Close Up - Static Shot & Tracking Shot</i>	Pengambilan footage menggunakan Eye Level, Medium Shot (MS), dan Close Up (CU) untuk menampilkan aktivitas peserta dalam Orchid Journey. Medium Shot memperlihatkan interaksi selama kegiatan, sedangkan Close Up menonjolkan detail aktivitas dan ekspresi peserta. Pergerakan kamera ringan membuat visual lebih dinamis.
6		Menampilkan UMKM melalui pemberdayaan ekonomi kreatif	<i>High Angle - Medium Shot - Pan Left</i>	Pengambilan footage menggunakan High Angle dan Medium Shot (MS) untuk menampilkan produk UMKM serta area pameran secara jelas. Pergerakan kamera Pan Left digunakan untuk memperlihatkan susunan produk secara bertahap dan menghasilkan visual yang lebih dinamis.

No	Visual Footage	Adegan	Teknik Sinematografi	Pembahasan
7		Closing video menampilkan testimoni peserta Orchidpreneur Sidomulyo	Eye Level-Medium Shot-Tracking Shot	Pengambilan footage menggunakan Eye Level dan Medium Shot (MS) untuk menampilkan testimoni peserta Orchidpreneur Sidomulyo secara alami. Pergerakan kamera dengan Tracking Shot membantu menjaga subjek tetap proporsional dalam frame sekaligus mempertahankan konteks lingkungan greenhouse.

Sumber: Diolah penulis (2026).

Perekaman Audio

Audio produksi terdiri atas *live recording* dan *ambient sound* yang direkam selama *shooting* untuk mendukung *footage* serta mempertahankan suasana asli kegiatan Program Orchidpreneur Sidomulyo.

Live Recording Audio

Live recording digunakan pada sambutan, penyampaian materi, dan testimoni peserta. Perekaman bersamaan dengan gambar mempertahankan intonasi dan keaslian informasi, kemudian kejernihan serta volumenya disesuaikan pada pasca-produksi. Dokumentasi prosesnya ditunjukkan pada Gambar 2.

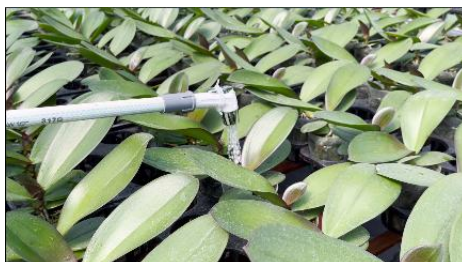


Gambar 2. Proses *Live Recording Audio*.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Ambient Sound

Ambient sound merekam suara lingkungan, seperti air, aktivitas peserta, dan kondisi sekitar lokasi. Suara ini dipertahankan pada adegan tertentu untuk memberi konteks dan memperkuat suasana visual. Proses perekamannya ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Perekaman *Ambient Sound*.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Pasca-Produksi

Pasca-produksi mengolah materi visual dan audio menjadi video profil melalui penyuntingan, penambahan grafis, penyesuaian warna, pengolahan audio, dan *rendering* menggunakan *CapCut Pro*. Tahap ini menyatukan seluruh unsur audiovisual sesuai konsep pra-produksi.

Penyuntingan Video (*Editing*)

Penyuntingan dilakukan dengan mengimpor *footage* dan audio ke *CapCut Pro*, lalu menyusun *sequence* berdasarkan *storyboard* dari pembukaan hingga penutup. *Footage* terbaik dipilih berdasarkan kualitas visual, komposisi, kestabilan, dan kesesuaian dengan narasi. Tampilan *timeline* penyuntingan ditunjukkan pada Gambar 4.

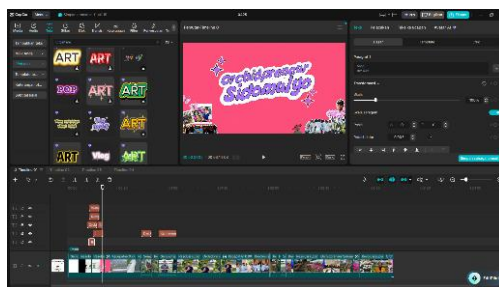


Gambar 4. *Timeline* Penyuntingan pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Motion Graphic dan Tipografi

Setelah *footage* tersusun sesuai alur *storyboard*, tahap berikutnya dilakukan dengan menambahkan motion graphic dan tipografi untuk memperkuat penyampaian informasi dalam video profil. Motion graphic digunakan pada bagian bumper, transisi antarscene, serta elemen identitas visual agar perpindahan informasi terlihat lebih dinamis dan memiliki kesinambungan visual. Sementara itu, tipografi diterapkan pada judul, nama narasumber, subtitle, dan berbagai informasi pendukung dengan memperhatikan keterbacaan, ukuran huruf, penempatan, serta hierarki informasi. Penggunaan kedua elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetis, tetapi juga membantu audiens mengenali informasi penting dan memahami alur pesan secara lebih terstruktur. Konsistensi penggunaan gaya visual dan tipografi juga dijaga agar sesuai dengan karakter Program Orchidpreneur Sidomulyo. Penerapan motion graphic dan tipografi pada proses penyuntingan ditunjukkan pada Gambar 5.

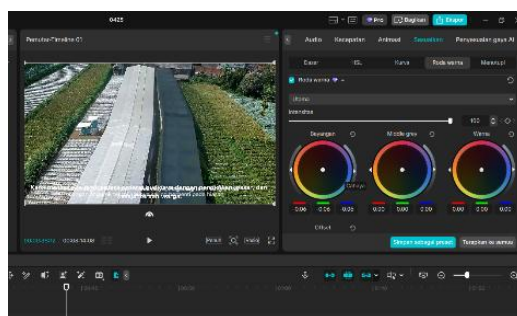


Gambar 5. Timeline Tipografi pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Color Grading

Color grading menyelaraskan tampilan *footage* melalui penyesuaian *brightness*, *contrast*, *saturation*, dan *temperature*. Penyesuaian diarahkan pada kesan alami lingkungan *greenhouse* dan tanaman anggrek sekaligus menjaga konsistensi visual. Prosesnya ditunjukkan pada Gambar 6.

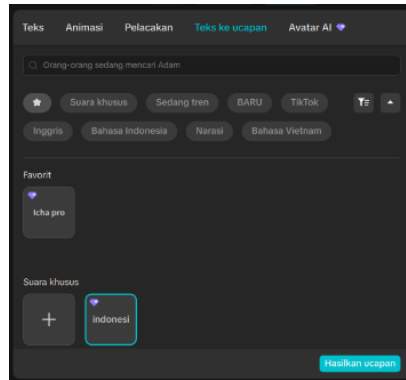


Gambar 6. Timeline Color Grading pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Penambahan Voice Over

Voice over digunakan sebagai narasi utama untuk membantu menyampaikan informasi dalam video profil secara lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh audiens. Narasi dibuat dengan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) berbasis Text-to-Speech untuk memperoleh pelafalan yang konsisten, intonasi yang lebih stabil, serta memudahkan proses penyesuaian naskah selama produksi. Penggunaan teknologi tersebut juga memungkinkan perubahan narasi dilakukan secara lebih efisien apabila terdapat penyesuaian informasi pada tahap penyuntingan. Selanjutnya, voice over diselaraskan dengan urutan visual agar narasi dan gambar saling mendukung dalam menyampaikan pesan Program Orchidpreneur Sidomulyo. Penerapan voice over pada timeline penyuntingan ditunjukkan pada Gambar 7.

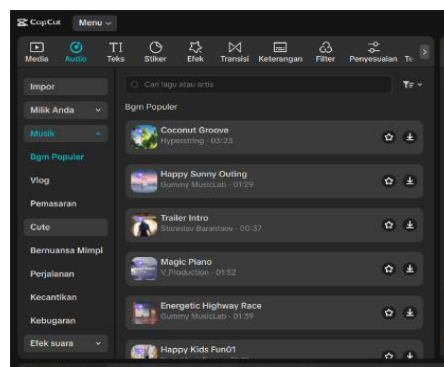


Gambar 7. Penambahan AI Voice Over pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Penambahan *Background Music*

Background music digunakan untuk membangun suasana dan menjaga ritme antarsequence tanpa mengurangi kejelasan *voice over* maupun audio utama. Penempatannya pada *timeline* ditunjukkan pada Gambar 8.

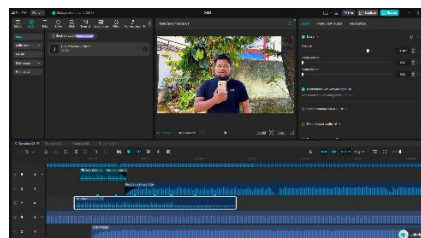


Gambar 8. Timeline *Background Music* pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Audio Mixing

Audio mixing menyeimbangkan volume *voice over*, *live recording audio*, *ambient sound*, dan *background music* agar setiap unsur terdengar jelas tanpa saling menutupi. Proses penyeimbangannya ditunjukkan pada Gambar 9.

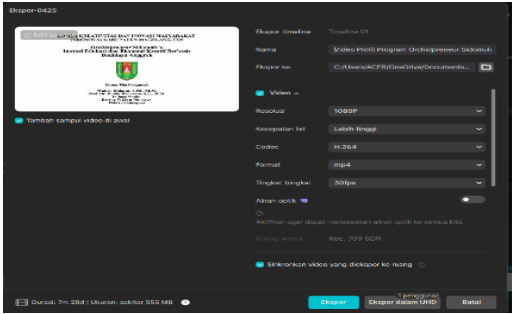


Gambar 9. Timeline *Audio Mixing* pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Rendering

Rendering menghasilkan file akhir berformat MP4 dengan resolusi *Full HD* 1920 × 1080 piksel agar dapat diputar pada berbagai perangkat. Hasilnya menjadi video profil Program Orchidpreneur Sidomulyo untuk mendukung penyampaian informasi pada KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Tahap *rendering* ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. *Timeline Rendering* pada CapCut Pro.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Hasil Akhir

Produk Akhir

Produk akhir berupa video profil Program Orchidpreneur Sidomulyo yang dikembangkan dengan KPM melalui pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Video menyajikan informasi program secara sistematis dan audiovisual untuk KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Tampilan komponen produk akhir disajikan pada Tabel 4, sedangkan spesifikasi teknisnya dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 4. Tampilan Produk Akhir Video Profil.

Bumper Video	Isi Video	Penutup Video

Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Tabel 5. Spesifikasi Produk Akhir.

ASPEK	KETERANGAN
Nama Produk	Video Profil Program Orchidpreneur Sidomulyo
Jenis Media	Audiovisual (Video Profil)
Format	MP4
Resolusi	<i>Full HD</i> (1920 x 1080 piksel)
Codec	H.264
Frame rate	30 fps

ASPEK	KETERANGAN
Durasi	3 menit 17 detik
Perangkat Lunak Perancangan	CapCut Pro
Metode Perancangan	Konsep Produksi Media (KPM)
Fungsi	Media diseminasi informasi
Sasaran Audiens	Tim Penilai KRENOVA Kabupaten Magelang 2027 dan Masyarakat

Sumber: Diolah penulis (2026).

Publikasi Video

Video profil ditujukan terutama kepada tim penilai KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027 dan kepada masyarakat sebagai audiens pendukung. Bagi tim penilai, video merangkum identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak program melalui visual, narasi, teks, dan audio sehingga karakter serta pelaksanaan Program Orchidpreneur Sidomulyo dapat dipahami secara lebih konkret.

Publikasi kepada masyarakat dapat dilakukan melalui media digital seperti YouTube agar informasi mudah diakses dan menjangkau khalayak lebih luas. Video juga dapat dimanfaatkan kembali sebagai dokumentasi, pengenalan program, dan publikasi aktivitas sehingga fungsinya tidak terbatas pada KRENOVA 2027.

Hasil Analisis Kualitatif Deskriptif

Analisis kualitatif deskriptif menunjukkan bahwa Program Orchidpreneur Sidomulyo memiliki empat pilar yang saling berkaitan, yaitu budidaya anggrek, eduwisata, ekonomi kreatif, dan pemberdayaan sosial. Observasi dan wawancara juga menunjukkan bahwa informasi program sebelumnya tersebar pada proposal, presentasi, komunikasi langsung, dan dokumentasi sehingga dibutuhkan media audiovisual yang menyatukannya secara terstruktur untuk KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027.

Dokumentasi menyediakan materi visual berupa lingkungan Sidomulyo Orchid dan *greenhouse*, budidaya anggrek, Orchid Journey, ekonomi kreatif dan UMKM, pemberdayaan masyarakat, serta testimoni. Data dikelompokkan menurut fungsi komunikasinya menjadi pengenalan, latar belakang, empat pilar, aktivitas, manfaat, dan dampak, lalu digunakan untuk menetapkan konsep, sinopsis, *storyboard*, *footage*, narasi, dan audio.

Interpretasi data menunjukkan bahwa video profil sesuai dengan karakter informasi program karena dapat menggabungkan gambar bergerak, narasi, teks, musik, dan suara lingkungan. Hasil analisis kemudian diterapkan melalui tahapan KPM, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Ringkasan hasil pengumpulan data, interpretasi, dan implikasi perancangan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Kualitatif Deskriptif.

Hasil Pengumpulan Data	Interpretasi	Implikasi Perancangan
Program memiliki empat pilar yang saling berkaitan	Informasi program memiliki cakupan luas	Empat pilar menjadi materi utama video
Informasi masih tersebar melalui proposal, presentasi, komunikasi langsung, dan dokumentasi	Belum terdapat satu media audiovisual yang menyatukan informasi program	Dibutuhkan video profil sebagai media informasi
Tersedia dokumentasi aktivitas budidaya, <i>Orchid Journey</i> , UMKM, dan pemberdayaan sosial	Aktivitas program memiliki potensi untuk divisualisasikan	Aktivitas digunakan sebagai <i>footage</i> utama
Program memiliki identitas, aktivitas, manfaat, dan dampak yang perlu disampaikan	Informasi perlu disusun secara bertahap	Video disusun dari pengenalan → latar belakang → empat pilar → aktivitas → manfaat dan dampak → penutup
Target utama penyampaian informasi adalah tim penilai KRENOVA 2027 dan masyarakat	Media perlu informatif, ringkas, dan mudah dipahami	Visual dipadukan dengan narasi, teks, dan audio

Sumber: Diolah penulis (2026).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menghasilkan video profil Program Orchidpreneur Sidomulyo sebagai media audiovisual untuk KRENOVA Kabupaten Magelang Tahun 2027. Perancangan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan KPM melalui pra-produksi, produksi, serta pasca-produksi. Produk akhir memuat identitas program, empat pilar, aktivitas, manfaat, dan dampaknya melalui sinematografi, tipografi, *motion graphic*, narasi, dan audio. Video berformat MP4, beresolusi *Full HD* 1920×1080 piksel, berdurasi 3 menit 17 detik, dan dapat digunakan oleh tim penilai maupun masyarakat.

Video dapat dikembangkan dengan dokumentasi kegiatan dan inovasi terbaru serta disesuaikan format dan durasinya untuk berbagai platform digital. Penelitian ini berfokus pada proses perancangan dan belum menguji efektivitas produk terhadap audiens. Penelitian selanjutnya dapat mengukur pemahaman, respons, atau penerimaan audiens terhadap video profil.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Baqi, M. P., Ramadhan, B., Akbar, D., & Budiarto, M. (2025). Media video company profile sebagai sarana informasi dan promosi pada PT Aserindo Cahaya Gemilang. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 6(1), 91–106. <https://doi.org/10.33050/mavib.v6i1.3457>
- Aghnia, I., & Kusumandyoko, T. C. (2022). Perancangan Video Profil Pondok Pesantren Qomaruddin Bungah Gresik. *BARIK*, 3(2), 202–212. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v3i2.47441>

- Agung, A. S. S. N., Siboro, E., Jumarliati, E., Dewi, R., Maranatha, Y., & Mamuraja, S. (2024). Pengembangan Video Profil Dwibahasa untuk Promosi Wisata Daerah di Kabupaten Landak. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 12(2), 331–339. <https://doi.org/10.31571/saintek.v12i2.4696>
- Akbar, F. P., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Video Profile sebagai Media Promosi UMKM Snack SS Nganjuk. *Jurnal Desain Grafis Aplikatif*, 1(1), 94–106. <https://doi.org/10.26740/desgrafia.v1i1.54853>
- Baqi, M. P. A., Santoso, S., & Maulana, M. F. (2021). Media Informasi Berupa Video Profile Bidang Pemuda pada Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tangerang. *MAVIB Journal*, 2(2), 202–212. <https://doi.org/10.33050/mavib.v2i2.1393>
- Firmansyah, A., & Lestari, D. (2023). Influencer Marketing and Consumer Purchase Decisions in the Digital Era. *Journal of Interactive Marketing Studies*, 6(3), 77–89.
- Hidayath, A., Razilu, Z., & Saputra, H. N. (2024). Pengembangan Company Profile Berbasis Video sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108–117. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>
- Hujairi, A. W., Agustien, L., & Sofyan, A. (2023). Pendampingan Pembuatan Video Profil LPP RRI Sumenep sebagai Media Informasi Radio di Era Konvergensi Media. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i1.4272>
- Ichfan, M., A. A., Butsiarah, B., Qadri, M., Taliang, A., Saputra, F. H., & Attahabrani, M. A. (2023). Video Profil Universitas Teknologi Akba Makassar Berbasis Multimedia. *Digital Transformation Technology*, 3(2), 499–504. <https://doi.org/10.47709/digitech.v3i2.2909>
- Junaidi, Rikardo, A., & Arista, N. D. (2022). Media Video Promosi Desa Markisa sebagai Pendukung Informasi pada Disbudpar Kota Tangerang. *MAVIB Journal*, 3(2), 181–191. <https://doi.org/10.33050/mavib.v3i2.2101>
- Lestari et al. (2024). *Psychological Well-being pada Remaja*.
- Novianty, I., Ashilah, N. U., & Fitri, A. D. (2021). Pembuatan Video Company Profile dan Produk Multimedia untuk Sosial Media Rumah Sakit Hewan Pendidikan (RSHP) IPB. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi Dan Alih Teknologi Pertanian*, 11(1), 49–61. <https://doi.org/10.29244/jstsv.11.1.49-61>
- Pratama, J., & Chua, J. (2023). Perancangan dan Implementasi Video Profil Akuntansi dan Keuangan Lembaga di SMK Harapan Utama. *Nacospro*, 5(1). <https://doi.org/10.37253/nacospro.v5i1.7983>
- Rusyada, G. N., Hidayat, I., & Gunalan, S. (2024). Pendampingan dan Pembuatan Video Profil sebagai Pengabdian kepada Masyarakat Desa Wisata Sama Guna Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat IPTEKS*, 2(1), 48–55. <https://doi.org/10.71094/jppmi.v2i1.74>
- Safenthi, W. (2023). Perancangan Template Video Profil sebagai Media Promosi dengan Teknik Motion Graphic. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(1), 233–243. <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i1.1640>
- Santoso, L. D., & Nugroho, S. (2024). Video Design Motion Graphic Based Company Profile as Publication Media PT. Muliaoffset Packindo Semarang City. *International Journal of Graphic Design*, 2(1), 32–45. <https://doi.org/10.51903/ijgd.v2i1.1890>

- Sunarya, L., Febrianto, M., & Salsabil, Q. (2023). Media Video Company Profile sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada PT Putra Karya Jasa Usaha. *Journal Cerita*, 9(1), 72–86. <https://doi.org/10.33050/cerita.v9i1.2661>
- Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media Video Promosi pada Roofpark Cafe \& Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat. *Technomedia Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448>
- Sunarya, P. A., Juwita, R. N., Salim, M. F., & Fatima, K. A. (2026). Video profile sebagai media informasi di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tangerang Selatan. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 6(2), 248–262. <https://doi.org/10.33050/mavib.v6i2.3751>
- Tama, T. H., Rudjiono, D., & Priyadi, A. (2026). Design of Profile Video for SD Negeri 3 Bentangan as a Promotional and Information Medium. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 19(1), 126–136. <https://doi.org/10.51903/pixel.v19i1.3768>
- Wicaksono, S. R., Nugroho, D. P., & Setiawan, R. (2022). Pendampingan Pembuatan Video Profil untuk Konten Digital Marketing di Sekolah Islam Al Jannah. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 442–447. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16503>
- Widayanto, M. T., Bahri, M. S., & Rahajeng, Y. (2021). Pembuatan Video Profil Objek Wisata Rawatirta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Sumberkedawung Leces Probolinggo. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 1(2), 63–68. <https://doi.org/10.57152/consen.v1i2.138>