

**TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR SINEMATOGRAFI 5C PADA VIDEO
COMPANY PROFILE WEB SERIES CAFÉ HALAMAN OMAH**

Arief Kurniawan Syahputra¹, Wahyu Budi Priatna²

^{1,2} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

arief.syahputra@apps.ipb.ac.id, wahyupr@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

The growth of social media has encouraged SMEs to utilize company profile videos as a visual promotional medium capable of increasing brand awareness and audience engagement. This study aims to analyze the application of filming techniques by the cameraman in the production of the Café Halaman Omah web series company profile video using Joseph V. Mascelli's 5C theory of cinematography: camera angle, close-up, composition, continuity, and cutting. The method used is qualitative descriptive, employing data collection techniques such as observation, interviews, documentation, literature review, and the author's active participation as a cameraman in the production process. The output consists of four episodes of the web series published via Instagram Reels in a 9:16 vertical format. The results indicate that the application of the 5C cinematography techniques produces visuals that are aesthetically pleasing, communicative, and support the conveyance of Café Halaman Omah's identity as a warm, comfortable, and community-oriented space. The use of eye-level angles helps create a natural feel, close-ups enhance the conveyance of emotions and product details, composition builds visual balance, continuity maintains the flow of the narrative, and editing helps create a dynamic visual rhythm. Thus, the application of appropriate filming techniques is deemed effective in enhancing the visual quality of the company profile video while supporting Café Halaman Omah's branding process through Instagram.

Keywords: cameraman, company profile, web series, 5C cinematography

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong UMKM memanfaatkan video company profile sebagai media promosi visual yang mampu meningkatkan brand awareness dan keterlibatan audiens. Kajian ini bertujuan menganalisis penerapan teknik pengambilan gambar oleh kameramen dalam produksi video company profile berbentuk web series Café Halaman Omah dengan menggunakan teori Sinematografi 5C dari Joseph V. Mascelli, yaitu camera angle, close up, composition, continuity, dan cutting. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan partisipasi aktif penulis sebagai kameramen dalam proses produksi. Luaran yang dihasilkan berupa empat episode web series yang dipublikasikan melalui Instagram Reels dalam format vertikal 9:16. Hasil menunjukkan bahwa penerapan teknik sinematografi 5C mampu menghasilkan visual yang estetik, komunikatif, dan mendukung penyampaian identitas Café Halaman Omah sebagai tempat yang hangat, nyaman, dan memiliki nilai kebersamaan. Penggunaan eye level angle membantu menciptakan kesan natural,

close up memperkuat penyampaian emosi dan detail produk, composition membangun keseimbangan visual, continuity menjaga kesinambungan alur cerita, serta cutting membantu menciptakan ritme visual yang dinamis. Dengan demikian, penerapan teknik pengambilan gambar yang tepat dinilai efektif dalam meningkatkan kualitas visual video company profile sekaligus mendukung proses branding Café Halaman Omah melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: kameramen, company profile, web series, sinematografi 5C

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membuat strategi pemasaran usaha mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial seperti Instagram kini digunakan secara luas sebagai alat promosi visual oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan keterkenalan produk dan merek di tengah persaingan pasar. Menurut Fauzar et al. (2023) efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan ketertarikan terhadap produk UMKM melalui konten visual yang relevan dan interaktif. Salah satu bentuk konten visual yang sering digunakan sebagai media promosi adalah video company profile. Video company profile berfungsi untuk memperkenalkan identitas usaha, produk, nilai, serta keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan atau usaha kepada masyarakat. Menurut

Aprilyana et al. (2024) video company profile merupakan media komunikasi visual yang efektif karena mampu menyampaikan informasi mengenai identitas dan karakter suatu usaha secara lebih jelas dan menarik melalui proses produksi audiovisual yang terencana. Kualitas visual dalam produksi video menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Kualitas visual tersebut sangat dipengaruhi oleh penerapan teknik sinematografi dalam proses pengambilan gambar. Teknik pengambilan gambar seperti komposisi, framing, pergerakan kamera, serta pengaturan pencahayaan memiliki peran penting dalam membangun suasana visual dan memperkuat penyampaian pesan dalam sebuah video (Alfarisy dan Muhammad 2024). Dengan penerapan teknik pengambilan gambar yang tepat, video tidak hanya berfungsi sebagai media informasi,

tetapi juga mampu menciptakan pengalaman visual yang menarik dan berkesan bagi penonton. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki tingkat relevansi tinggi dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat di Indonesia. Kehadirannya tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi konten visual, tetapi juga berkembang menjadi media komunikasi dan pemasaran yang strategis di era digital saat ini. Selain itu, platform ini juga dinilai efektif dalam membantu bisnis menjangkau konsumen di berbagai kota dan daerah, bahkan hingga ke wilayah terpencil, melalui fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan Direct Messages (Cantika dan Yudaningsgar 2025). Perkembangan tren konten video pendek di media sosial seperti fitur Reels pada Instagram juga semakin meningkatkan kebutuhan akan konten video yang kreatif dan berkualitas. Konten video yang dikemas secara menarik dan memiliki kualitas visual yang baik dapat meningkatkan brand awareness serta keterlibatan audiens terhadap suatu usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Maimunah et al. (2025) menunjukkan bahwa konten video pada fitur Instagram Reels mampu menjangkau

audiens dalam jumlah besar serta berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek produk UMKM. Café Halaman Omah sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner juga memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen, dengan jumlah pengikut mencapai 1.055 akun, yang menunjukkan adanya potensi audiens yang dapat dijangkau melalui konten yang menarik dan strategis. Namun, konten promosi yang diunggah masih perlu dikembangkan agar memiliki kualitas visual yang lebih profesional, konsisten, serta mampu mencerminkan identitas usaha secara lebih kuat. Penyajian konten video yang kurang terencana dan tidak memiliki standar visual yang jelas dapat menyebabkan tampilan video menjadi kurang menarik serta kurang optimal dalam membangun citra merek. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas promosi visual tersebut adalah melalui pembuatan video company profile yang dikemas dalam bentuk web series. Format web series memungkinkan penyampaian informasi mengenai usaha dilakukan secara bertahap dan lebih mendalam,

sehingga mampu membangun keterlibatan emosional dengan audiens. Melalui pendekatan ini, berbagai aspek yang dimiliki oleh cafe Halaman Omah, seperti suasana tempat, aktivitas operasional, proses pembuatan produk, serta interaksi antara karyawan dan pelanggan dapat ditampilkan secara lebih menarik. Peran kameramen dalam proses produksi menjadi sangat penting karena bertanggung jawab dalam menerjemahkan konsep visual menjadi gambar yang komunikatif dan estetis. Kameramen tidak hanya bertugas mengoperasikan kamera, tetapi juga menentukan komposisi gambar, sudut pengambilan gambar, pergerakan kamera, serta pengaturan pencahayaan agar visual yang dihasilkan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Oleh karena itu, penerapan teknik pengambilan gambar yang terstandar dan konsisten sangat diperlukan agar setiap episode video memiliki kualitas visual yang baik serta mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Perancangan visual yang diterapkan pada tahap pengambilan gambar menunjukkan bahwa teknik videografi memiliki peranan penting dalam membangun makna serta

memperkuat penyampaian pesan kepada audiens. Dalam proses produksi video company profile berbentuk web series untuk Cafe Halaman Omah, teknik pengambilan gambar mengacu pada teori Sinematografi 5C yang dikemukakan oleh Joseph V. Mascelli, yaitu camera angle, close up, composition, continuity, dan cutting (Satyadharma et al. 2024). Kelima unsur tersebut menjadi elemen utama dalam membentuk struktur visual yang menarik dan komunikatif. Prinsip-prinsip ini digunakan sebagai landasan konseptual dalam merancang visual agar tidak hanya menyampaikan informasi mengenai Cafe Halaman Omah, tetapi juga mampu membangun suasana emosional dan memperlihatkan karakter tempat tersebut sebagai ruang yang nyaman, hangat, dan memiliki kedekatan dengan para pengunjunnya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menitikberatkan pada penerapan teknik pengambilan gambar oleh kameramen. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dihasilkan konten promosi audiovisual yang memiliki kualitas visual yang baik serta mampu mendukung proses branding Kafe

Halaman Omah melalui media sosial Instagram.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Café Halaman Omah yang berlokasi di Jalan Dadali No. 40, Tanah Sereal, Kecamatan Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Proses produksi video company profile dalam format web series dilakukan di area Halaman Omah Coffee Shop serta beberapa lokasi tambahan yang disesuaikan dengan kebutuhan produksi. Pelaksanaan kegiatan penelitian dan produksi direncanakan berlangsung pada periode Februari hingga Mei 2026. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang dapat mendukung proses produksi video company profile serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Teknik yang digunakan meliputi partisipasi aktif, wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Partisipasi aktif dilakukan melalui keterlibatan langsung penulis dalam seluruh tahapan produksi video company profile, khususnya sebagai kameramen. Dalam proses tersebut, penulis bertanggung jawab melakukan pengambilan gambar

sesuai konsep produksi, menentukan komposisi shot, sudut pengambilan gambar, serta memastikan kualitas visual yang dihasilkan mampu mendukung penyampaian pesan dan karakter Café Halaman Omah. Selain itu, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur bersama pihak Halaman Omah Coffee Shop untuk memperoleh informasi terkait profil umum, visi dan misi, nilai-nilai, produk, layanan, serta informasi pendukung lainnya yang akan ditampilkan dalam video company profile. Hasil wawancara dan diskusi digunakan sebagai data primer sekaligus membantu proses eksplorasi ide dan penyesuaian konsep antara pihak café dengan tim produksi. Teknik observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional, suasana tempat, interaksi karyawan dengan pelanggan, serta lingkungan café secara keseluruhan guna memperoleh gambaran visual yang dapat mendukung proses pengambilan gambar. Observasi juga membantu kameramen dalam menentukan framing, sudut pengambilan gambar, dan momen visual yang mampu memperkuat citra Café Halaman Omah dalam video

company profile. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data berupa foto, video, dan arsip pendukung lainnya yang dimiliki oleh Café Halaman Omah. Data dokumentasi tersebut digunakan sebagai referensi dalam perencanaan konsep visual dan pelaksanaan pengambilan gambar. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan studi literatur dengan mengkaji berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan proses kreatif perencanaan visual dan teknik pengambilan gambar. Studi literatur digunakan sebagai landasan teoritis dalam menentukan pendekatan visual yang sesuai dengan pesan dan karakter Café Halaman Omah pada produksi video company profile. Subjek penelitian dalam proyek akhir ini adalah Café Halaman Omah yang berlokasi di Kecamatan Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat, sebagai objek penerapan pembuatan company profile dalam format web series. Café Halaman Omah dipilih karena memiliki konsep kolaborasi dan kebersamaan serta potensi untuk dikembangkan melalui media branding berbasis audiovisual dengan pendekatan visual yang mampu memperkuat identitas dan citra café.

Selain itu, subjek penelitian juga mencakup pemilik, karyawan, serta aktivitas operasional Café Halaman Omah yang berkaitan dengan proses produksi dan pengambilan gambar dalam web series company profile.

Luaran dari proyek ini berupa empat episode web series yang berfungsi sebagai media company profile dan disajikan melalui fitur Instagram Reels dengan format vertikal 9:16 serta durasi sekitar 2 sampai 4 menit pada setiap episodenya. Masing-masing episode dirancang untuk menampilkan dan memperkuat aspek tertentu dari identitas merek Café Halaman Omah secara berkesinambungan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Company profile merupakan media informasi yang memuat gambaran umum mengenai suatu perusahaan, seperti sejarah perusahaan, visi dan misi, produk atau jasa yang ditawarkan, struktur organisasi, serta informasi pendukung lainnya. Company profile biasanya digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon klien maupun investor, sehingga penyusunannya perlu dilakukan

secara jelas, menarik, dan akurat (Fanani *et al.* 2023).

Menurut Prastyia *et al.* 2025 company profile menggambarkan representasi identitas, produk, dan layanan suatu perusahaan yang disajikan secara online dengan tujuan meningkatkan visibilitas perusahaan serta mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi terkait perusahaan tersebut. Video company profile web series Café Halaman Omah merupakan media branding audiovisual yang dirancang untuk memperkenalkan identitas dan suasana café kepada masyarakat. Video ini menampilkan berbagai aktivitas yang terjadi di Café Halaman Omah, mulai dari suasana tempat, interaksi antara karyawan dan pelanggan, hingga penyajian produk yang dikemas secara sinematis. Penyampaian pesan dalam video dibangun melalui kombinasi visual, pergerakan kamera, pemilihan sudut pengambilan gambar, komposisi objek, serta alur adegan yang disusun untuk menciptakan kesan hangat, nyaman, dan dekat dengan audiens. Melalui pendekatan visual tersebut, video company profile tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk

membangun citra dan karakter Café Halaman Omah sebagai tempat berkumpul dan berkolaborasi. Dalam proses produksi video company profile, teknik pengambilan gambar menjadi salah satu aspek penting yang menentukan kualitas visual dan keberhasilan penyampaian pesan kepada audiens. Pengambilan gambar yang tepat mampu memperkuat suasana, membangun emosi, serta menarik perhatian penonton terhadap isi video. Sebaliknya, penggunaan teknik visual yang kurang tepat dapat menyebabkan video terlihat monoton dan kurang mampu menyampaikan pesan secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan penerapan teknik sinematografi yang mampu mendukung kebutuhan visual serta memperjelas identitas yang ingin ditampilkan dalam video company profile. Teknik pengambilan gambar pada video company profile web series Café Halaman Omah diterapkan melalui berbagai pertimbangan visual, seperti pemilihan sudut kamera, penataan objek dalam frame, pengambilan detail gambar, kesinambungan antarscene, hingga proses perpindahan gambar pada tahap

editing. Penggunaan teknik tersebut bertujuan untuk menghasilkan visual yang estetik, dinamis, dan mampu menggambarkan suasana Café Halaman Omah secara lebih nyata kepada audiens. Selain itu, penerapan teknik sinematografi juga membantu memperkuat storytelling dalam video sehingga alur penyampaian pesan dapat diterima dengan lebih mudah oleh penonton. Analisis teknik pengambilan gambar dalam penelitian ini mengacu pada teori Sinematografi 5C yang dikemukakan oleh Joseph V. Mascelli, yaitu camera angle, composition, close-up, continuity, dan cutting. Camera angle digunakan untuk menentukan sudut pandang visual yang sesuai dengan suasana dan pesan yang ingin ditampilkan. Composition diterapkan untuk menata elemen visual dalam frame agar terlihat seimbang dan menarik. Teknik close-up digunakan untuk menampilkan detail objek maupun ekspresi tertentu guna memperkuat fokus visual dalam adegan. Continuity diterapkan untuk menjaga kesinambungan gambar agar perpindahan adegan terlihat runtut dan nyaman ditonton. Sementara itu, cutting digunakan dalam proses editing untuk mengatur ritme

perpindahan gambar sehingga video terlihat lebih dinamis dan tidak monoton. Penerapan teknik sinematografi 5C tersebut menunjukkan bahwa aspek visual memiliki peran penting dalam membangun identitas dan memperkuat pesan pada video company profile Café Halaman Omah dalam format web series.

1. Camera Angle

Camera angle atau sudut pandang kamera merupakan teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menentukan posisi kamera terhadap objek, tokoh, maupun peristiwa dalam sebuah adegan. Teknik ini berpengaruh terhadap cara penonton melihat, memahami, dan merasakan suasana yang ditampilkan. Secara visual, camera angle berfungsi membangun perspektif penonton karena kamera berperan sebagai representasi mata yang mengikuti jalannya cerita (Mascelli, 2010).

Menurut Dhany dan Manesah (2024) *Camera angle* merupakan sudut pandang kamera yang berfungsi mewakili perspektif penonton dalam melihat sebuah adegan. Pemilihan sudut pengambilan gambar yang tepat dapat membuat alur cerita terlihat

lebih menarik dan mudah dipahami. Dalam penerapannya, sudut pandang kamera dapat diibaratkan sebagai mata penonton, sedangkan penempatan kamera menentukan bagaimana suatu objek atau peristiwa ditampilkan di dalam sebuah *shot*.

Gambar 1



Gambar 1. Camera Angle Eye Level

Adegan gambar 1 ini, Gita dan Sasa terlihat sedang duduk bersama sambil melihat ponsel dan berbincang mengenai promo Café Halaman Omah. Gestur tubuh yang santai, arah pandangan antar tokoh, serta ekspresi yang ditampilkan membantu membangun suasana akrab dan nyaman. Penggunaan *eye level angle* membuat penonton dapat melihat interaksi kedua tokoh secara seimbang tanpa memberikan dominasi terhadap salah satu karakter.

Video company profile web series Café Halaman Omah, lebih dominan menggunakan teknik *eye level angle*. Teknik ini merupakan

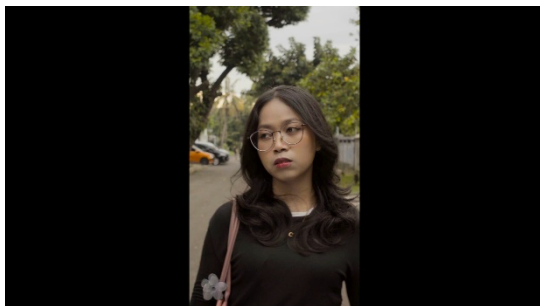
sudut pengambilan gambar dengan posisi kamera sejajar dengan pandangan mata objek. Penggunaan *eye level angle* diterapkan pada beberapa adegan percakapan antar tokoh. Dalam penerapannya, sudut sejajar dipilih karena mampu menciptakan kesan natural dan realistis sehingga penonton dapat merasa lebih dekat dengan suasana yang ditampilkan. Selain itu, penggunaan *eye level angle* membantu membangun kenyamanan visual karena posisi kamera tidak memberikan kesan berlebihan terhadap objek. Penonton seolah diajak ikut berada di dalam percakapan Gita dan Sasa. Teknik ini juga membantu memperlihatkan ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan interaksi antar tokoh secara lebih jelas sehingga suasana hangat dan santai yang menjadi identitas Café Halaman Omah dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens.

2. Close Up/Shot Size

Close up merupakan teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menampilkan objek dari jarak dekat sehingga detail visual dapat terlihat lebih jelas dan menjadi fokus utama dalam frame. Teknik ini

bertujuan untuk menegaskan ekspresi, emosi, maupun detail tertentu pada objek agar penonton lebih mudah memperhatikan bagian penting yang ingin disampaikan dalam adegan Macelli (2010).

Menurut Sari dan Abdullah (2020) *Close up* (CU) merupakan ukuran pengambilan gambar yang menampilkan objek dari bagian kepala hingga leher. Teknik ini digunakan untuk memperjelas detail objek, terutama ekspresi wajah, sehingga informasi atau emosi yang ingin disampaikan dapat terlihat lebih jelas oleh penonton.



Gambar 2 Close Up Shot

Penerapan *close up* pada gambar 2 tersebut ditampilkan pada adegan ketika tokoh Sasa sedang berjalan dengan ekspresi lelah dan kehilangan semangat akibat banyaknya tugas serta revisi yang harus diselesaikan. Pengambilan gambar dilakukan dalam jarak dekat sehingga wajah Sasa menjadi pusat perhatian utama dalam frame. Teknik *close up* digunakan penulis untuk

memperlihatkan detail ekspresi wajah, arah pandangan, serta perubahan emosi tokoh secara lebih jelas kepada penonton. Ekspresi mata yang tampak kosong, tatapan yang tidak fokus, serta wajah yang terlihat letih membantu menggambarkan kondisi emosional Sasa yang sedang merasa penat dan hampir mengalami *burnout*.

Pada adegan ini, latar jalan dan lingkungan sekitar tetap ditampilkan sebagai pendukung suasana, namun fokus utama penonton diarahkan pada ekspresi Sasa sebagai penanda kondisi emosional yang sedang dialami tokoh. Penggunaan *close up* membantu memperkuat suasana sepi dan penuh tekanan yang dirasakan Sasa akibat aktivitas akademik yang terus menumpuk. Penulis menggunakan ukuran gambar dekat agar penonton dapat lebih mudah menangkap rasa lelah, frustrasi, dan tekanan yang sedang dialami tokoh tanpa harus dijelaskan melalui dialog secara langsung.

Adegan ini menjadi bagian penting dalam alur cerita karena menggambarkan titik emosional tokoh sebelum munculnya konflik dalam cerita. Di tengah kondisi Sasa yang sedang merasa lelah dan pikirannya penuh oleh tugas serta revisian, Gita

sebagai sahabatnya tiba-tiba menghubungi Sasa dan mengajaknya pergi ke Café Halaman Omah. Kehadiran telepon dari Gita memberikan perubahan suasana dalam cerita sekaligus menjadi bentuk kepedulian seorang teman terhadap kondisi emosional sahabatnya. Ajakan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai transisi cerita menuju lokasi café, tetapi juga memperlihatkan bahwa Café Halaman Omah digambarkan sebagai tempat yang nyaman untuk beristirahat sejenak, melepas penat, dan menghindari rasa *burnout* akibat rutinitas sehari-hari.

Penggunaan teknik *close up* pada adegan ini mendukung penyampaian pesan emosional dalam video company profile web series Café Halaman Omah. Penonton diajak untuk memahami kondisi psikologis tokoh secara lebih dekat melalui ekspresi visual yang ditampilkan. Selain itu, teknik ini membantu membangun kedekatan emosional antara penonton dengan tokoh sehingga suasana lelah, penat, dan kebutuhan untuk mencari tempat yang nyaman dapat terasa lebih nyata. Melalui adegan tersebut, Café Halaman Omah tidak hanya ditampilkan sebagai tempat makan

atau berkumpul, tetapi juga sebagai ruang yang mampu memberikan suasana nyaman dan menenangkan bagi seseorang yang sedang merasa lelah secara emosional.



Gambar 3 Close Up Shot

Penerapan *close* juga ditampilkan pada adegan gambar 3 ini. Proses pembuatan kopi ketika cairan espresso dituangkan ke dalam gelas berisi susu. Pengambilan gambar dilakukan dalam jarak dekat sehingga detail aliran kopi, tekstur susu, serta perpaduan warna yang terbentuk di dalam gelas terlihat lebih jelas. Teknik *close up* digunakan penulis untuk menjadikan proses pembuatan minuman sebagai fokus utama dalam frame sehingga perhatian penonton terarah pada detail visual produk yang disajikan oleh Café Halaman Omah.

3. Composition

Komposisi gambar merupakan pengaturan berbagai elemen visual yang disusun menjadi satu kesatuan untuk menghasilkan tampilan dengan kesan sinematik. Dalam penerapannya, komposisi

memperhatikan keseimbangan visual, estetika, pengelolaan ruang, serta perpaduan warna pada setiap elemen gambar agar tercipta visual yang menarik, harmonis, dan nyaman dilihat oleh penonton Mascelli (2010).

Tujuan penggunaan komposisi dalam pengambilan gambar adalah menghasilkan visual yang menarik dan nyaman dilihat sehingga mampu mempertahankan perhatian penonton terhadap gambar atau adegan yang ditampilkan Sari dan Abdullah (2020).



Gambar 4 Scene Obrolan Tokoh Implementasi *composition* pada gambar 4 tersebut diterapkan melalui penempatan seluruh tokoh ke dalam satu frame untuk memperlihatkan interaksi sosial yang terjadi secara utuh. Adegan diawali ketika Gita dan Sasa sedang berbincang santai di meja Café Halaman Omah, kemudian dua teman Gita datang menghampiri dan menyapa mereka. Pada scene ini, penulis menggunakan komposisi kelompok (*group composition*) dengan pengaturan ruang yang menempatkan seluruh tokoh dalam satu bidang

frame sehingga hubungan antar karakter dapat terlihat dengan jelas. Penempatan posisi tokoh yang saling berdekatan membantu menciptakan kesan ramai, hangat, dan akrab sesuai dengan suasana kebersamaan yang ingin dibangun dalam video company profile Café Halaman Omah.

Penggunaan komposisi tersebut juga bertujuan agar ruang dalam frame terlihat lebih padat tanpa menghilangkan keseluruhan suasana lokasi. Penulis mempertimbangkan penempatan meja, kursi, serta latar area café sebagai elemen pendukung visual sehingga frame tetap terlihat seimbang dan tidak kosong. Kehadiran empat tokoh dalam satu komposisi memperkuat kesan bahwa Café Halaman Omah merupakan tempat berkumpul dan berinteraksi bersama teman. Selain itu, pengambilan gambar dengan komposisi ini membantu penonton memahami dinamika hubungan antartokoh melalui ekspresi, arah pandang, dan gestur tubuh yang terlihat dalam satu adegan secara bersamaan.

Pada scene ini, komposisi juga digunakan untuk menjaga fokus perhatian penonton tetap berada pada momen interaksi sosial yang terjadi di

meja café. Posisi tokoh yang berada di tengah area frame membuat percakapan dan suasana keakraban menjadi pusat perhatian utama. Sementara itu, elemen latar seperti area terbuka café dan suasana sekitar tetap dipertahankan untuk mendukung konteks tempat tanpa mengalihkan fokus utama adegan. Penerapan komposisi tersebut membantu membangun visual yang terasa hidup dan natural sehingga penonton dapat merasakan suasana santai dan hangat yang menjadi karakter Café Halaman Omah.

4. Continuity

Continuity merupakan teknik penyambungan gambar yang digunakan untuk menjaga kesinambungan pergerakan maupun aksi berdasarkan satu titik acuan tertentu. Teknik ini diterapkan agar setiap adegan dapat terhubung dengan baik sehingga alur cerita terlihat runtut, mengalir secara natural, dan nyaman diikuti oleh penonton Mascelli (2010).

Salah satu elemen penting dalam *continuity* adalah menjaga konsistensi sudut pandang, posisi objek, pergerakan, serta penggunaan properti pada setiap adegan agar perpindahan gambar terlihat

menyambung dan tidak membingungkan penonton Satyadharma *et al.* (2024).



Gambar 5 Scene Sejarah Halom

Penerapan continuity pada Gambar 5 terlihat pada rangkaian adegan percakapan antara tokoh Sasa dan Kak Dinanta (Owner Cafe Halom) yang disusun melalui beberapa variasi pengambilan gambar dalam satu scene yang sama. Pola yang digunakan mengarah pada *One Scene Three Shot Continuity Direction*, di mana perpindahan shot dilakukan secara bertahap untuk menjaga kesinambungan visual antar gambar. Adegan diawali dengan pengambilan dari sudut pandang Sasa yang mengarah kepada Kak Dinanta, kemudian dilanjutkan dengan pengambilan yang lebih menonjolkan respons dan ekspresi Kak Dinanta, dan diakhiri dengan komposisi yang memperlihatkan keduanya berada dalam satu frame. Susunan ini membantu membangun alur percakapan yang lebih terarah

sehingga perpindahan gambar terasa halus dan menyatu.

Pada adegan ini, arah pandang dan posisi Sasa maupun Kak Dinanta tetap dipertahankan secara konsisten meskipun terjadi pergantian sudut kamera. Sasa tetap berada pada arah pandang yang sama terhadap Kak Dinanta, begitu pula sebaliknya, sehingga hubungan interaksi antar tokoh tetap jelas. Selain itu, elemen ruang seperti meja, jendela, serta suasana interior kafe juga dijaga konsistensinya, sehingga tidak menimbulkan gangguan visual bagi penonton.

Kesinambungan tersebut membuat percakapan antara Sasa dan Kak Dinanta terasa lebih natural dan mengalir. Penerapan continuity dalam scene ini juga membantu mengarahkan fokus penonton pada isi dialog yang berlangsung, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih jelas, runtut, dan efektif.

5. Cutting

Cutting merupakan teknik dalam sinematografi yang digunakan sebagai perpindahan atau transisi dari satu gambar ke gambar lainnya. Teknik ini berfungsi untuk menghubungkan beberapa hasil

pengambilan gambar secara berurutan sehingga rangkaian adegan terlihat menyatu, runtut, dan nyaman dipahami oleh penonton Mascelli (2010). Menurut Satyadharma *et al.* (2024) *Cutting* merupakan teknik memotong dan menyusun adegan atau klip dengan menghubungkannya ke adegan lainnya untuk menciptakan perpindahan waktu, tempat, sudut pandang, maupun suasana dalam cerita. Berbagai jenis *cut*, seperti *straight cut*, *dissolve*, maupun *fade*, memberikan efek dan nuansa yang berbeda terhadap alur cerita sehingga dapat membantu membangun ritme serta emosi dalam sebuah video.



Gambar 6. Scene Cutting

Penerapan cutting pada Gambar 6 terlihat pada perpindahan gambar yang menampilkan tokoh Sasa dalam dua sudut pengambilan berbeda namun masih berada dalam satu rangkaian aksi yang sama. Teknik ini digunakan untuk menghubungkan beberapa shot secara berurutan sehingga aktivitas

yang dilakukan Sasa tetap terasa berkesinambungan. Adegan diawali dengan tampilan Sasa yang berjalan sambil membawa lembaran tugas dengan ekspresi lelah dan tidak bersemangat, kemudian berpindah ke pengambilan dari belakang yang memperlihatkan isi kertas yang sedang ia baca. Perpindahan ini menunjukkan hubungan aksi yang jelas, yaitu dari kondisi emosional tokoh menuju penyebab yang sedang ia hadapi.

Meskipun terjadi pergantian sudut pandang kamera, gerakan Sasa yang sedang berjalan dan membaca tetap terasa utuh. Arah gerak, properti berupa kertas tugas, serta suasana lingkungan sekitar tetap konsisten sehingga penonton tidak kehilangan orientasi ruang maupun alur kejadian.

Penggunaan cutting dalam scene ini juga memperkuat penyampaian emosi tokoh secara lebih mendalam. Ekspresi Sasa yang terlihat lelah, letih, stres, dan frustrasi tidak hanya ditampilkan melalui gestur wajah, tetapi juga dipertegas melalui perpindahan shot yang menyoroti detail lembar tugas dan revisi yang ia pegang. Peralihan ini membantu penonton memahami keterkaitan

antara kondisi emosional tokoh dengan beban yang sedang ia alami. Selain itu, ritme perpindahan gambar yang relatif cepat namun tetap terarah turut membangun kesan tekanan yang dirasakan Sasa, seolah memperlihatkan bagaimana pikirannya dipenuhi oleh banyaknya tuntutan. Dengan demikian, cutting dalam adegan ini tidak hanya berfungsi sebagai penghubung antarshot, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun suasana, memperjelas narasi, serta memperkuat keterlibatan emosional penonton terhadap situasi yang dialami tokoh.

D. Kesimpulan

Pembahasan ini menunjukkan bahwa video company profile Café Halaman Omah dalam bentuk web series berhasil mengintegrasikan fungsi informatif dan branding melalui pendekatan visual yang terencana. Penyampaian identitas café tidak hanya dilakukan melalui narasi, tetapi juga diperkuat dengan penerapan teknik sinematografi 5C, yaitu camera angle, close-up, composition, continuity, dan cutting, yang masing-masing berperan dalam membangun

suasana, menonjolkan detail, serta menjaga kesinambungan cerita.

Penggunaan eye level angle menciptakan kesan natural dan dekat dengan penonton, close-up memperkuat emosi dan detail visual, composition membangun keseimbangan dan interaksi dalam frame, continuity menjaga alur tetap runtut, dan cutting membantu membentuk ritme serta memperjelas hubungan antaradegan.

Secara keseluruhan, penerapan teknik-teknik tersebut mampu menghasilkan visual yang estetik, dinamis, dan komunikatif, sehingga pesan mengenai suasana hangat, nyaman, dan nilai kebersamaan yang menjadi identitas Café Halaman Omah dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens. Kesimpulan akhir yang diperoleh dalam penelitian dan saran perbaikan yang dianggap perlu ataupun penelitian lanjutan yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Alfarisy, S. P, Muhammad, R. H. (2024). Analisis teknik pengambilan gambar pada program podcast tv show di tvmu. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 10-27.
- Apriliyana, I. C., Saputra, H., Darlies, M. (2024). Perancangan video

company profile untuk kegiatan promosi umkm bumbu mak djuai menggunakan media sosial. *Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital (JTIMD)*, 255-262.

- Cantika, S. R., Yudaningsar, K. S. (2025). Implementasi AIDA dalam Pembuatan Konten Instagram @fitacademy_id untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Al-Manar : Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 1-24.
- Dhany, A. U., Manesah, D. (2024). Penerapan Teknik Objektive Camera Angle Dalam Membangkitkan Dramatis Film "Pulang". *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain*, 15-26.
- Fanani, D. Y, Febrianto, M. F., Firmansyah, R., Nugroho H. (2023). Pembuatan Company Profile Perusahaan P3I Jatim (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia) di Surabaya. *Prosiding Seminar Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Maimunah, S., Musyadad, F., Utaminingtyas, S. (2025). Analisis Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Pola Interaksi Sosial Peserta didik SD Negeri Giripeni. *Jurnal Teknologi Pendidikan*.
- Sari, R. P. & Abdullah, A. (2025). Analisis isi penerapan teknik sinematografi video klip monokrom. *Abstrak : JRMDK (Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi)*.
- Satyadharma, I. G. N. W., Rinaldi, M., Pertiwi, A. B. (2024). Analisis penerapan teknik sinematografi pada video persembahan wisudawan di lingkungan perguruan tinggi. *Jurnal TEKNIMEDIA (Teknologi Informasi & Multimedia)*.