

IMPLEMENTASI TEKNIK PENGEDITAN DALAM PRODUKSI WEB SERIES COMPANY PROFILE UNTUK MENCIPTAKAN EFEK VISUAL YANG IMERSIF

Garry Leroy Secunda Neville Siahaan¹, Wahyu Budi Priatna²

^{1,2} Sekolah Vokasi IPB University

¹ 502212688614gary@apps.ipb.ac.id , ² wahyupr@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This study implements immersive editing techniques using the VividPulse approach in the production of a web series company profile for Halaman Omah (Halom Coffee). The research focuses on synchronizing visual rhythm and atmospheric audio to translate the cafe's physical atmosphere into an authentic digital representation. Findings demonstrate that post-production techniques—including emotion-based footage selection, precise sound design, and consistent color grading—successfully create an immersive sensory experience for social media audiences. This project proves that meticulous visual packaging in a dynamic vertical format effectively enhances the partner's brand identity and digital marketing appeal.

Keywords: Audiovisual Editing, Company Profile, VividPulse, Digital Branding, Pengeditan, Web Series.

ABSTRAK

Penelitian ini mengimplementasikan teknik pengeditan imersif melalui pendekatan *VividPulse* dalam produksi *web series company profile* untuk UMKM Halaman Omah (Halom Coffee). Fokus utama penelitian terletak pada sinkronisasi ritme visual dan desain audio atmosferik untuk mentranslasikan atmosfer fisik kafe ke dalam representasi digital yang autentik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknik pasca-produksi—seperti seleksi *footage* berbasis emosi, desain suara yang presisi, dan konsistensi *color grading*—berhasil menciptakan pengalaman sensorik yang imersif bagi audiens media sosial. Proyek ini membuktikan bahwa pengemasan visual yang cermat dalam format vertikal yang dinamis efektif meningkatkan daya tarik serta identitas *brand* mitra secara strategis.

Kata Kunci: *Company Profile, VividPulse, Digital Branding, Pengeditan Audiovisual, Web Series.*

A. Pendahuluan

Sektor kreatif dan kuliner di Indonesia merupakan salah satu bidang yang mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi pilar penting dalam ekonomi digital. Fenomena munculnya kafe dan kedai kopi modern saat ini berkembang bukan

sekadar sebagai tempat transaksi jual beli, melainkan sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan ruang sosial yang nyaman. Hal ini didorong oleh pergeseran fungsi kafe yang kini telah menjadi bagian dari identitas gaya hidup masyarakat urban. Sebagaimana dijelaskan dalam

penelitian sebelumnya, bahwa "karakteristik kafe masa kini telah bergeser dari sekadar penyedia makanan dan minuman menjadi penyedia pengalaman gaya hidup, di mana atmosfer visual dan kenyamanan digital menjadi variabel utama daya tarik konsumen" (Rizky *et al*, 2021). Kota Bogor, sebagai salah satu pusat kreativitas, memiliki potensi pasar yang sangat besar bagi bisnis kuliner yang mampu menawarkan konsep unik dan berkarakter.

Halaman Omah (Halom Coffee) memiliki keunggulan komparatif yang signifikan melalui integrasi konsep ruang yang hangat dan nilai estetika yang dikurasi secara mendalam. Secara visual, destinasi ini menyajikan perpaduan harmonis antara atmosfer kenyamanan domestik (*homely vibes*) dengan aksesoris modernitas yang secara strategis menarik minat gaya hidup generasi muda. Keunggulan ini semakin diperkuat oleh ketersediaan area luar ruangan (*outdoor*) yang asri, yang memposisikan Halom Coffee sebagai oase bagi masyarakat urban untuk melepaskan diri dari tekanan hiruk-pikuk perkotaan. Lebih jauh lagi, kehidupan komunitas yang terbentuk menawarkan pengalaman

sosiokultural yang intim, di mana interaksi ramah dan pelayanan personal menjadi fondasi dalam membangun loyalitas pengunjung. Kendati demikian, kompleksitas atmosfer fisik dan nilai-nilai emosional yang autentik ini menghadapi hambatan teknis saat diupayakan untuk ditranslasikan ke dalam representasi digital. Diperlukan sebuah strategi narasi visual yang kuat agar esensi pengalaman ruang tersebut dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens yang lebih luas melalui platform media sosial.

Meskipun memiliki potensi visual dan konsep yang kuat, tingkat kesadaran (*awareness*) dan visibilitas Halom Coffee di ranah media sosial dirasa masih belum optimal. Potensi yang besar ini berisiko tidak tersampaikan dengan baik kepada audiens jika tidak didukung oleh strategi konten yang efektif. Di era digital saat ini, konten yang bersifat statis atau hanya menonjolkan estetika tanpa nyawa seringkali tidak cukup untuk membangun kedekatan emosional dengan calon pelanggan. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa "konten media sosial dalam konteks modern didefinisikan sebagai materi digital yang mengutamakan

narasi visual dan otentisitas untuk menciptakan keterlibatan emosional" (Sari *et al*, 2022). Keterbatasan materi promosi yang mampu menangkap "jiwa" dari lokasi tersebut menjadi kendala utama dalam mengomunikasikan keunikan Halom Coffee, sehingga diperlukan sebuah terobosan visual yang tidak hanya memperlihatkan tempat, tetapi juga menghadirkan suasana.

Menjawab kebutuhan tersebut, diperlukan sebuah inovasi dalam bentuk aset konten digital yang representatif melalui format Web Series. Konten video memegang peranan vital karena mampu mengemas beragam potensi kafe ke dalam sebuah narasi visual (*visual storytelling*) yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Pilihan untuk menggunakan format video juga didukung oleh efektivitasnya dalam strategi pemasaran digital karena "video marketing memiliki keunggulan dalam menarik perhatian dan mampu menceritakan sebuah kisah dengan cara yang lebih emosional dan imersif dibandingkan teks atau foto" (Pratama 2023). Format web series memungkinkan Halom Coffee untuk memperkenalkan identitasnya secara bertahap—mulai dari proses

pembuatan kopi hingga interaksi hangat pelanggan—sehingga menciptakan rasa penasaran dan loyalitas audiens melalui alur cerita yang terfragmentasi namun berkesinambungan.

Faktor utama untuk menghasilkan sebuah web series yang efektif dan berkualitas profesional tidak hanya mengandalkan pada kemampuan teknis pengambilan gambar, tetapi sangat bergantung pada aspek pasca-produksi sebagai tahap akhir penentuan "nyawa" sebuah konten. Penulis akan mengimplementasikan pendekatan VividPulse melalui teknik pengeditan yang imersif guna menghidupkan suasana kafe di dalam layar melalui sinkronisasi antara ritme visual dan stimulasi audio atmosferik. Proses ini membutuhkan manajemen yang terencana karena "tujuan dari manajemen produksi adalah untuk mengubah input menjadi output yang bernilai bagi konsumen dengan cara yang efisien dan efektif" (Putra *et al*, 2025). Penulis akan menerapkan tahapan inti produksi yang mencakup pra-produksi (perencanaan narasi), produksi (pengambilan gambar sinematik), dan pasca-produksi (implementasi VividPulse) untuk

merealisasikan web series *company profile* Halaman Omah (Halom Coffee) yang mampu memberikan pengalaman visual yang hidup dan membekas bagi masyarakat.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian pendekatan kualitatif deskriptif, triangulasi. Teknik pengumpulan data dalam pelaksanaan proyek akhir ini memiliki peran penting untuk mendapatkan data maupun informasi yang dapat memperkuat serta memperdalam pesan dan tujuan yang ingin disampaikan. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi sebagai berikut:

1. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam seluruh tahapan produksi video *company profile* Halaman Omah Coffee Shop, khususnya pada posisi sebagai narator. Dalam peran ini, penulis terlibat dalam memahami dan mendalami brief, menyesuaikan gaya penyampaian *editing* dengan konsep yang telah disusun, serta memastikan visualisasi, *tone* warna, dan audio dengan pesan dan identitas yang

ingin disampaikan oleh Cafe Halaman Omah

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur bersama pihak Halaman Omah Coffee Shop terkait materi yang akan ditampilkan, seperti profil umum, visi dan misi, nilai-nilai, produk, layanan, serta informasi pendukung lainnya. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data primer yang akan menjadi dasar dalam penyusunan dan pengeditan pada video *company profile*. Selain itu, hasil wawancara dan diskusi juga membantu editor dalam memahami pesan utama, suasana, serta karakter yang ingin disampaikan, sehingga visual yang dibawakan dapat selaras dengan identitas Cafe Halaman Omah dan konsep produksi video *company profile*.

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung nilai dan karakter yang dimiliki oleh Halaman Omah Coffee Shop, meliputi aktivitas operasional, suasana lingkungan kafe, serta interaksi yang terjadi di dalamnya. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh gambaran

menyeluruh yang dapat menjadi referensi dalam menyampaikan narasi yang sesuai dengan identitas dan suasana Cafe Halaman Omah. Selain itu, observasi juga membantu narator dalam membangun penyampaian narasi yang lebih autentik, sehingga mampu memperkuat pesan dan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap video company profile.

4. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berbagai data berupa foto, video, profil, serta arsip yang dimiliki oleh Halaman Omah Coffee Shop, termasuk materi yang telah tersedia sebelumnya. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai bahan pendukung dalam memahami alur cerita dan memperkuat penyampaian narasi pada video company profile. Selain itu, dokumentasi juga membantu narator sebagai referensi tambahan untuk menyesuaikan gaya, emosi, dan karakter penyampaian agar selaras dengan identitas Cafe Halaman Omah.

5. Studi Literatur

Studi Literatur bertujuan untuk memperoleh landasan teori yang

berkaitan dengan teknik pengeditan, audio, serta pendekatan komunikasi melalui visualisasi dalam produksi video company profile. Studi literatur ini dapat dijadikan acuan bagi editor dalam menentukan gaya dan pendekatan penyampaian yang sesuai dengan konsep video. Selain itu, studi literatur juga memberikan dasar teoritis yang kuat untuk mendukung editor dalam menyampaikan pesan secara efektif dan selaras dengan identitas Halaman Omah Coffee Shop.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Implementasi Pendekatan VividPulse dalam Manajemen Ritme Visual

Proses pengeditan *web series company profile* Halaman Omah merupakan sebuah perjalanan kreatif yang menyatukan berbagai fragmen visual dan auditori menjadi satu kesatuan narasi yang utuh. Editor tidak hanya bertindak sebagai penyambung klip, tetapi berperan sebagai arsitek utama yang menentukan bagaimana pesan kafe tersampaikan kepada audiens. Tahap awal pasca-produksi dimulai dengan menyeleksi *footage* yang paling

mewakili esensi kafe, memastikan setiap pilihan gambar memiliki bobot emosional yang sejalan dengan konsep yang diusung. Pemilihan potongan gambar ini dilakukan dengan menyaring hasil rekaman mentah, membuang bagian yang tidak stabil, serta memilih visual yang secara instan mampu bercerita kepada penonton mengenai kehangatan ruang komunal.

Penerapan pendekatan *VividPulse* menjadi inti dari transformasi rekaman mentah menjadi konten yang lebih bernyawa. Editor melakukan eksperimen dengan durasi setiap potongan gambar untuk menemukan ritme yang paling pas, sehingga transisi antar-adekan tidak terasa patah atau kaku. Fokus utama dalam tahap ini adalah menjaga kesinambungan aliran emosi, di mana setiap perubahan *shot* dirancang untuk memberikan penekanan pada detail-detail estetika kafe yang ingin ditonjolkan. Teknik pemotongan gambar tidak dilakukan secara acak, melainkan mengikuti ketukan internal dari narasi cerita. Hubungan antara cuplikan utama (*A-roll*) yang

menampilkan interaksi karakter dan cuplikan pendukung (*B-roll*) yang menampilkan detail pembuatan produk kopi dijahit secara bergantian untuk menciptakan dinamika visual yang progresif.

Keberhasilan dalam membangun pengalaman sensorik yang imersif sangat bergantung pada perhatian editor terhadap ritme visual. Editor memastikan bahwa tempo video selaras dengan *mood* yang ingin dibangun, apakah itu suasana santai di pagi hari atau kesibukan komunitas di kafe saat senja. Pemotongan klip pada adegan pagi hari sengaja dibuat dengan durasi yang sedikit lebih panjang untuk mentransfer rasa tenang dan lambat kepada penonton. Tempo pengeditan beralih menjadi lebih cepat dan dinamis saat video mulai menampilkan area halaman belakang yang menjadi pusat aktivitas komunitas, menciptakan representasi visual dari ruang yang inklusif serta hidup. Pengaturan ritme ini menjadi kunci untuk mengarahkan pandangan audiens, memastikan poin-poin penting dalam *company profile* tetap

menonjol di tengah dinamika visual yang dinamis.

Peran editor dalam tahap ini membuktikan bahwa pengolahan visual adalah tentang manajemen perhatian audiens. Melalui teknik pengeditan yang terstruktur, video yang dihasilkan mampu melampaui fungsinya sebagai media informasi konvensional. Hasil akhirnya adalah sebuah karya yang mampu memberikan "nyawa" pada setiap adegan, memastikan bahwa setiap detik durasi yang ditonton memberikan nilai tambah bagi pengalaman audiens secara keseluruhan. Manipulasi durasi klip yang bervariasi antara satu hingga tiga detik melahirkan sebuah ketukan visual (*visual beat*) yang nyaman dinikmati, membuat penonton terhanyut ke dalam alur cerita tanpa menyadari batasan durasi platform digital.

2. Harmonisasi Suara Latar dan Audio Atmosferik Kontekstual.

Sinkronisasi antara latar tempat dan elemen suara menjadi prioritas utama dalam membangun kedalaman ruang pada video. Editor menyadari bahwa sebuah visual akan terasa hampa tanpa

dukungan audio yang otentik. Penambahan *ambience* dilakukan dengan riset mendalam terhadap lokasi, sehingga suara yang disisipkan benar-benar mencerminkan situasi nyata di Halaman Omah. Pengolahan audio diposisikan sebagai fondasi penting untuk memperkuat stimulus penglihatan, mengingat emosi manusia di dalam media audiovisual sering kali digerakkan oleh apa yang mereka dengar.

Suasana kafe yang tenang atau riuh rendah interaksi pelanggan diolah sedemikian rupa untuk menciptakan lapisan suara (*sound layers*) yang kompleks. Editor tidak sekadar menempatkan *background*, namun membedah setiap detik *scene* untuk memasukkan suara-suara pendukung. Suara latar yang natural, seperti gesekan alat kopi, alunan musik latar yang lembut, hingga bincang-bincang samar pengunjung, disisipkan dengan presisi tinggi. Setiap detail suara tersebut diatur tingkat volumenya secara berlapis (*audio layering*), memastikan bahwa suara utama seperti dialog tokoh atau suara narator tetap terdengar jernih di

atas lapisan suara latar lingkungan kafe.

Penggunaan suara latar di luar kafe, seperti deru kendaraan di jalan raya, juga dimanfaatkan untuk memberikan konteks ruang bagi penonton ketika alur cerita memperlihatkan karakter sedang berada di luar area kafe. Editor memberikan kontras antara kebisingan luar dengan ketenangan di dalam kafe, menciptakan efek dramatis yang mempertegas bahwa Halaman Omah adalah tempat perlindungan bagi pengunjung. Efek perpindahan ruang terasa sangat halus karena editor menurunkan volume suara jalanan secara bertahap (*fade out*) bersamaan dengan masuknya karakter ke dalam gerbang kafe, lalu menaikkan volume suara desis mesin espresso secara perlahan (*fade in*). Dimensi ruang ini menjadi lebih terasa nyata berkat pengaturan volume dan penempatan suara yang cermat.

Teknik integrasi suara ini sejalan dengan pandangan bahwa konten media sosial modern menuntut otentisitas tingkat tinggi. Sebagaimana dijelaskan oleh Pratama (2023), narasi visual yang

didukung dengan desain suara yang tepat mampu meningkatkan keterlibatan emosional audiens secara signifikan. Desain suara yang kontekstual ini berhasil mengaburkan batas antara video promosi dan realitas, membuat penonton merasa seolah-olah sedang hadir langsung di lokasi tersebut. Kehadiran audio atmosferik ini secara psikologis memicu ingatan audiens mengenai memori kenyamanan sebuah rumah, selaras dengan pesan emosional utama yang ingin disampaikan oleh tim produksi..

3. Estetika dan Konsistensi *Color Grading* dalam Mempercantik Visual

Pewarnaan atau *color grading* diaplikasikan dengan sangat konsisten di seluruh episode untuk memperkuat identitas visual Halaman Omah. Editor memahami bahwa warna adalah bahasa emosi yang paling cepat ditangkap oleh mata audiens. Setiap *footage* diproses dengan *color correction* yang mendetail untuk memastikan tidak ada perubahan *tone* warna yang mencolok antar-adegan. Proses awal ini melibatkan

penyesuaian tingkat pencahayaan (*exposure*), perbaikan kontras, serta penyelarasan warna putih (*white balance*) pada seluruh klip mentah yang diambil dalam kondisi cuaca atau waktu yang berbeda selama proses syuting di lapangan.

Editor memberikan perhatian khusus pada *mood* cerita yang berbeda-beda dalam setiap *scene* atau *footage*. Ketika adegan menunjukkan kenyamanan interior, editor menerapkan *tone* hangat (*warm*) dengan saturasi yang lembut untuk menekankan kesan *homely*. Pilihan palet warna ini sengaja menonjolkan warna-warna bumi (*earth tone*) seperti coklat kayu dan kuning gading yang hangat guna memancarkan rasa aman bagi keluarga serta anak-anak. Sementara pada adegan yang lebih aktif atau *outdoor*, editor menyesuaikan kontras agar visual terlihat lebih tajam dan segar, tanpa kehilangan benang merah warna khas kafe tersebut. Sudut halaman belakang yang asri ditampilkan dengan warna hijau yang natural namun tetap matang, menonjolkan kesan *oase* perkotaan yang menyegarkan mata.

Konsistensi ini merupakan instrumen krusial dalam membangun kepercayaan audiens terhadap *brand*. Melalui *color grading* yang terarah, editor mampu mengendalikan persepsi penonton tentang karakter tempat yang ditawarkan, memperkuat citra merek yang aman, inklusif, dan nyaman. Keseragaman warna di setiap episode juga berfungsi sebagai identitas visual (*visual signature*) yang membedakan konten Halaman Omah dengan konten kafe lainnya di media sosial. Langkah pewarnaan yang matang ini memastikan bahwa setiap episode *web series* memiliki standar kualitas yang setara, mencerminkan profesionalitas yang tinggi dalam proses produksinya.

Keselarasan antara estetika visual dan auditori ini menciptakan simulasi realitas yang sangat kuat. Editor berhasil mengemas narasi visual yang tidak sekadar menginformasikan profil kafe, tetapi juga mengundang penonton untuk merasakan kenyamanan secara virtual. Sesuai dengan studi Wibowo & Kusuma (2023), efektivitas penyampaian informasi pada konten profil perusahaan

modern sangat bergantung pada kemampuan narasi visual untuk menjangkau aspek kognitif sekaligus afektif calon konsumen. Pengolahan warna yang estetis menyentuh ranah afektif penonton, membuat mereka secara tidak sadar mengaitkan keindahan visual tersebut dengan kualitas layanan fisik yang ada di kafe.

4. Integrasi Format Vertikal Digital bagi Keterikatan Khalayak

Proses pengeditan ini pada akhirnya berhasil membungkus nilai emosional "kembali ke rumah" ke dalam format vertikal yang dinamis untuk Instagram. Editor menaruh perhatian besar pada *frame* vertikal (9:16) yang menuntut komposisi lebih presisi dibandingkan format horizontal konvensional. Keterbatasan ruang pandang horizontal disiasati dengan menempatkan objek atau karakter utama tepat di tengah bingkai (*center framing*) serta memanfaatkan teknik *close-up* untuk menangkap ekspresi emosi tokoh secara lebih intim. Setiap elemen tambahan seperti teks judul atau grafis pendukung disusun secara strategis agar tidak terlihat

menumpuk, namun tetap memberikan kesan penuh dan mendalam pada layar gawai audiens.

Video terasa hidup karena editor memperhatikan integrasi dua aspek penting secara simultan, yaitu keseimbangan ritme visual dan kekuatan audio atmosferik. Keduanya dikombinasikan sedemikian rupa agar dapat langsung menarik perhatian audiens sejak tiga detik pertama video diputar. Penggunaan transisi yang halus dikombinasikan dengan hentakan audio yang pas membuat pergantian antar-adegan terasa mengalir, menciptakan pengalaman menonton yang personal seolah-olah layar ponsel pintar penonton menjadi jendela langsung yang menghubungkan mereka dengan Halaman Omah.

Elemen seperti *background* hingga efek audio atmosferik dirancang untuk bekerja secara sinergis dalam ruang durasi yang singkat, yakni berkisar antara satu hingga tiga menit per episode. Editor memastikan transisi antar-elemen ini tetap terjaga dalam ritme yang cepat, mengingat perilaku audiens Instagram yang cenderung

dinamis dan memiliki mobilitas perhatian yang tinggi. Keterbatasan waktu ini justru dimanfaatkan oleh editor untuk memadatkan narasi cerita tanpa menghilangkan esensi pesan emosional yang ingin disampaikan. Teknik ini membuktikan bahwa kreativitas editor dalam mengelola keterbatasan durasi adalah kunci utama daya tarik konten digital modern.

Tujuan utama dari integrasi kreatif ini adalah menciptakan keterikatan yang lebih dalam antara *brand* Halaman Omah dan pengikutnya di media sosial. Dengan menyajikan visual yang dirancang secara detail, editor berhasil membangun hubungan emosional yang berkelanjutan dengan khalayak sasaran. Strategi ini membuat audiens tidak hanya tertarik dengan kopi yang ditawarkan, tetapi juga terpicat oleh atmosfer dan nilai-nilai kebersamaan yang melekat pada kafe tersebut. Hasil akhir dari pengeditan ini membuktikan bahwa pengemasan visual yang cermat adalah instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing pemasaran digital. Dengan teknik

VividPulse, editor memberikan diferensiasi yang kuat di tengah padatnya arus informasi di media sosial. Penguasaan teknis pasca-produksi yang baik menjadikan konten ini memiliki nilai estetika dan daya jual yang tinggi, yang secara langsung berkontribusi pada penguatan identitas profesional mitra di mata calon pelanggan (Putra et al., 2025).

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, proyek akhir ini menunjukkan bahwa proses pengeditan video web series company profile tidak hanya berfungsi sebagai tahapan teknis dalam menyusun dan menyambungkan footage, tetapi juga sebagai proses kreatif dalam membangun pengalaman sensorik yang imersif bagi audiens. Pendekatan editing yang diterapkan melalui konsep *VividPulse* berhasil menghadirkan visual yang lebih hidup, emosional, dan memiliki kedalaman atmosfer yang mampu memperkuat penyampaian pesan brand kepada penonton. Setiap footage yang awalnya berupa rekaman mentah diolah kembali melalui perpaduan

ritme visual, penyesuaian tempo editing, serta desain audio atmosferik yang dirancang secara detail agar mampu menciptakan pengalaman menonton yang lebih natural dan menyatu.

Penerapan elemen audio atmosferik seperti ambience suasana kafe, percakapan pengunjung, suara aktivitas lingkungan, hingga ambience jalanan menjadi bagian penting dalam membangun kesan realistis pada video. Kehadiran audio tersebut membuat setiap scene terasa lebih kontekstual dan mampu memperkuat emosi yang ingin disampaikan dalam cerita visual. Penggunaan backsound yang disesuaikan dengan dinamika scene juga membantu menjaga ritme video agar tetap nyaman dinikmati sekaligus mampu mempertahankan perhatian audiens dari awal hingga akhir.

Aspek visual dalam proyek ini turut diperkuat melalui penerapan colour grading yang konsisten pada setiap scene. Pemilihan tone warna hangat dilakukan untuk membangun identitas visual Halaman Omah sebagai tempat yang nyaman, hangat, dan memiliki suasana yang dekat dengan audiens. Penyesuaian warna, kontras, highlight, serta pencahayaan dilakukan secara hati-hati dengan

mempertimbangkan kebutuhan masing-masing footage agar keseluruhan visual tetap harmonis meskipun diambil dalam kondisi pencahayaan dan waktu yang berbeda. Konsistensi visual tersebut memberikan kesan profesional sekaligus meningkatkan kepercayaan audiens terhadap citra brand yang ditampilkan.

Pengemasan video dalam format vertikal yang dinamis juga menjadi strategi penting dalam menyesuaikan pola konsumsi media digital saat ini, khususnya pada platform media sosial. Format tersebut membuat visual lebih optimal ketika ditampilkan pada perangkat mobile sehingga memudahkan audiens untuk menikmati konten secara lebih personal dan interaktif. Pendekatan visual yang dinamis, dipadukan dengan ritme editing yang terstruktur, membuat video company profile tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media storytelling yang mampu membangun keterlibatan emosional dengan audiens.

Secara keseluruhan, proyek akhir ini membuktikan bahwa penerapan teknik editing berbasis VividPulse mampu menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan kualitas visual, memperkuat identitas brand,

serta meningkatkan daya tarik pemasaran digital Halaman Omah di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kekuatan sebuah video company profile tidak hanya terletak pada kualitas gambar semata, tetapi juga pada kemampuan video dalam menghadirkan suasana, emosi, dan pengalaman yang dapat dirasakan langsung oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Prasetia, D., Nurhayati, S., & Utama, R. (2025). Strategi Branding Digital: Membangun Loyalitas Melalui Konsistensi Konten Visual. *Jurnal Riset Manajemen Pemasaran*, 12(1), 77-92.
- Pratama, A. (2023). The Power of Short-Form Video Content in Digital Storytelling. *International Journal of Digital Media*, 8(2), 45-56.
- Putra, E., et al. (2025). Manajemen Produksi Konten Kreatif: Dari Perencanaan Hingga Pasca-Produksi. *Journal of Emerging Media Studies*, 11(3), 15-29.
- Rahmansyah, F. (2024). Dinamika Narasi Mini Series pada Platform Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 9(2), 104-118.
- Rizky, B., et al. (2021). Analisis Karakteristik Kafe dan Pola Perilaku Konsumen di Era Digital. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 12-25.
- Sari, I., et al. (2022). Strategi Konten Media Sosial: Fokus pada Engagement Konsumen dan Brand Awareness. *Journal of Marketing Communications*, 28(4), 210-225.
- Wibowo, A., & Kusuma, T. (2023). Transformasi Video Company Profile sebagai Media Branding UMKM. *Jurnal Seni Terapan dan Multimedia*, 5(3), 210-225.