

Strategi Komunikasi Visual dalam Perancangan Video Profil Satbrimob Polda Banten: Pendekatan Desain Media Digital

Muhamad Rama Ramadhan ^{*1}, Nurhasan Nugroho ², Gelard Untirtha Pratama ³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

Email: ^{*1} muhamad.rama.ramadhan@binabangsa.ac.id,

² nurhasan.nugroho@binabangsa.ac.id, ³ gelard.uniba171022@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas institusi negara menegaskan perlunya media informasi yang komunikatif dan menarik secara visual. Video profil digital menjadi salah satu sarana efektif untuk menyampaikan identitas kelembagaan kepada publik. Namun, pemanfaatannya di lingkungan kepolisian, khususnya pada Satuan Brigade Mobil (Satbrimob), masih terbatas. Penelitian ini bertujuan merancang video profil Satbrimob Polda Banten sebagai media informasi yang representatif dengan mengintegrasikan prinsip semiotika, psikologi warna, dan visual storytelling. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui tahapan sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan, pengembangan konsep kreatif, pra-produksi, produksi, pascaproduksi, hingga distribusi dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil memperoleh tanggapan sangat baik dari responden, terutama pada aspek visual, audio, dan kekuatan narasi emosional. Visualisasi warna merah dan hitam secara simbolis memperkuat citra keberanian dan ketangguhan institusi, sementara struktur narasi yang tersegmentasi mampu membangun alur komunikasi yang sistematis. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa perancangan video profil berbasis prinsip komunikasi visual tidak hanya efektif menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat citra positif Satbrimob sekaligus membuka peluang pengembangan kajian serupa pada institusi publik.

Kata Kunci — Video Profil Digital, Brimob, Komunikasi Visual, Citra Institusi, Transparansi Kelembagaan

Abstract

The growing demand for transparency and accountability in state institutions underscores the need for information media that are both communicative and visually engaging. Digital profile videos serve as an effective medium to convey institutional identity to the public. However, their utilization within police organizations, particularly in the Mobile Brigade Corps (Satbrimob), remains limited. This study aims to design a profile video for the Banten Regional Police Satbrimob as a representative information medium by integrating the principles of semiotics, color psychology, and visual storytelling. A descriptive qualitative method was employed through systematic stages, including needs identification, creative concept development, pre-production, production, post-production, as well as distribution and evaluation. The results show that the profile video received highly positive responses from respondents, especially regarding visual quality, audio, and emotional narrative strength. The use of red and black tones symbolically reinforced the institution's courage and resilience, while the segmented narrative structure successfully built a systematic flow of communication. The study concludes that a profile video designed with visual communication principles is not only effective in delivering information but also strengthens Satbrimob's positive image while opening opportunities for similar developments in other public institutions.

Keyword — Digital Profile Video, Brimob, Visual Communication, Public Image, Institutional Transparency

1. PENDAHULUAN

Korps Brigade Mobil (Brimob) merupakan salah satu satuan elite dalam tubuh Kepolisian Republik Indonesia (Polri) yang memiliki peran strategis dalam penanggulangan ancaman keamanan berskala tinggi. Unit ini bertugas menangani situasi yang membutuhkan respons taktis, seperti kerusuhan massa, aksi terorisme, kejahatan bersenjata, hingga penanganan bahan berbahaya seperti bahan peledak dan zat kimia. Pada tingkat daerah, fungsi ini dilaksanakan oleh Satuan Brimob Daerah (Satbrimob), yang berada di bawah naungan Kepolisian Daerah (Polda). Satbrimob Polda Banten, sebagai bagian dari struktur Polri yang berada di wilayah strategis menuju Ibu Kota Negara, memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas keamanan di Provinsi Banten.

Di era digital saat ini, transparansi dan akuntabilitas institusi negara menjadi tuntutan utama masyarakat [1]. Oleh karena itu, penyampaian informasi kepada publik tidak lagi cukup melalui media konvensional, tetapi harus dikemas secara visual dan menarik agar mudah dipahami dan diterima oleh berbagai kalangan [2], [3]. Salah satu bentuk komunikasi visual yang efektif adalah video profil. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana edukatif dan promosi institusi guna membangun citra positif di mata publik [4].

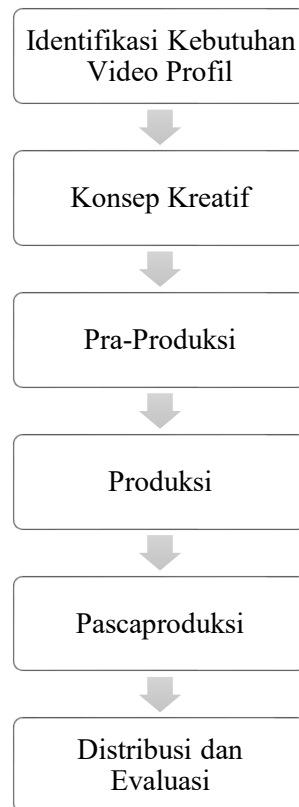
Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media video sangat efektif dalam menyampaikan informasi institusional secara visual. Penggunaan video sebagai media edukatif terbukti mampu meningkatkan retensi informasi dan keterlibatan audiens [5]. Dalam konteks promosi lembaga, video dinilai efektif menarik perhatian dan menyampaikan identitas institusi secara menarik dan komunikatif [6]. Studi lain juga menunjukkan bahwa video interaktif dapat meningkatkan motivasi belajar dan suasana keterlibatan yang lebih aktif [7]. Dalam konteks informasi kelembagaan, video orientasi terbukti meningkatkan pemahaman *audiens* terhadap kebijakan dan fasilitas institusi [8], sedangkan video promosi dinilai dapat memperkuat citra lembaga di mata masyarakat [9].

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan efektivitas media video dalam menyampaikan informasi institusional, penelitian terkait pemanfaatan prinsip desain komunikasi pada lembaga kepolisian masih sangat terbatas. Penelitian ini menempati posisi penting karena menghadirkan keterbaruan dalam bentuk perancangan video profil Satbrimob Polda Banten dengan mengintegrasikan teori semiotika, psikologi warna, dan *visual storytelling*. Keunikan penelitian ini terletak pada perancangan video yang tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi publik yang membangun citra positif. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi visual sekaligus menjawab kesenjangan riset yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video profil Satbrimob Polda Banten sebagai media informasi visual yang efektif dan representatif. Produksi video ini menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere* sebagai alat bantu pengolahan video, dengan pendekatan yang mengedepankan kualitas visual, narasi yang komunikatif, serta penyusunan konten yang sistematis. Diharapkan hasil dari perancangan ini tidak hanya mendukung upaya dokumentasi dan promosi institusi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi publik yang mendukung transparansi dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan tahapan perancangan video profil Satuan Brimob Polda Banten sebagai media informasi digital. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap proses kreatif dan teknis yang dilakukan dalam setiap tahap produksi, mulai dari konseptualisasi hingga distribusi video. Penelitian ini mencakup proses observasi, wawancara, dokumentasi, serta analisis proses produksi yang dilakukan secara langsung dan partisipatif. Untuk memberikan gambaran yang sistematis mengenai alur tahapan penelitian, ditampilkan visualisasi pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Perancangan Video Profil

Gambar 1 memperlihatkan alur tahapan penelitian, dengan penjelasan rinci untuk setiap tahap disajikan sebagai berikut.

2.1. Identifikasi Kebutuhan Video Profil

Video profil merupakan bentuk media audiovisual yang dirancang untuk memperkenalkan identitas, visi, misi, kegiatan, dan keunggulan suatu institusi kepada khalayak secara menarik dan informatif [10], [11]. Media ini memiliki kekuatan dalam membangun citra lembaga melalui narasi visual yang komunikatif, sehingga sering digunakan dalam konteks promosi, edukasi, dan dokumentasi kelembagaan [12]. Tahapan awal dalam proses perancangan video profil Satuan Brimob Polda Banten adalah identifikasi kebutuhan, yang bertujuan untuk merumuskan secara jelas tujuan komunikasi visual yang akan dicapai. Proses ini dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan personel Brimob guna memperoleh informasi tentang struktur organisasi, tugas dan fungsi satuan, serta peran penting mereka dalam menjaga keamanan wilayah. Selain itu, peneliti juga mempelajari referensi dokumen internal, dokumentasi kegiatan, serta arsip visual yang tersedia sebagai bahan dasar penyusunan konten video. Identifikasi kebutuhan ini menjadi dasar dalam menentukan pesan utama yang ingin disampaikan melalui video profil, sekaligus memperjelas sasaran audiens, yaitu personel internal dan masyarakat umum. Dengan memahami konteks dan kebutuhan institusi, proses perancangan dapat diarahkan secara lebih terstruktur, relevan, dan sesuai dengan nilai serta citra yang ingin dibangun oleh satuan Brimob.

2.2. Konsep Kreatif

Setelah kebutuhan video profil berhasil diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah pengembangan konsep kreatif sebagai kerangka awal perancangan visual dan naratif. Tahapan ini mencakup penyusunan naskah yang memuat alur cerita video, mulai dari pengenalan institusi, struktur organisasi, hingga pencapaian satuan dalam menjalankan tugasnya [13]. Narasi dalam

naskah disusun secara sistematis dengan memperhatikan aspek kohesi, gaya bahasa formal, dan nada institusional yang sesuai dengan karakter Brimob. Sebagai bagian dari perencanaan visual, disusun pula *storyboard* untuk menggambarkan urutan adegan secara rinci sebelum proses produksi dimulai. Secara konseptual, *storyboard* merupakan representasi grafis dari skrip atau skenario dalam bentuk sketsa visual yang disusun berurutan, guna memberikan gambaran tentang komposisi gambar, pergerakan kamera, durasi narasi, dan transisi antar adegan [14], [15]. Menurut teori produksi audio visual, *storyboard* berperan penting sebagai alat komunikasi visual antara tim kreatif dan teknis, serta sebagai peta arah dalam pelaksanaan produksi agar tetap sesuai dengan visi naratif yang telah dirancang [16]. Dalam tahap ini, dipertimbangkan pula pemilihan gaya visual, tone warna, serta elemen grafis pendukung seperti teks, ilustrasi, dan infografis. Seluruh proses konseptual ini dirancang agar mampu menyampaikan pesan institusi secara menarik, mudah dipahami, dan tetap menjunjung nilai-nilai profesionalisme, dedikasi, dan humanisme yang menjadi citra Brimob Polda Banten.

2.3. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fase persiapan menyeluruh sebelum proses produksi video dimulai [17]. Pada tahap ini, seluruh elemen pendukung disiapkan secara sistematis guna memastikan kelancaran pelaksanaan produksi. Persiapan mencakup penyusunan jadwal pelaksanaan, pengorganisasian tim produksi berdasarkan keahlian, seperti penulis naskah, kameramen, editor video, serta personel pendukung lainnya dan perencanaan teknis terkait lokasi pengambilan gambar, peralatan yang dibutuhkan, serta kebutuhan logistik selama proses produksi berlangsung. Salah satu aspek krusial dalam pra-produksi adalah penyusunan naskah dan *storyboard* secara rinci. Naskah berisi narasi yang akan dibacakan (*voice over*), disusun berdasarkan informasi faktual mengenai Satuan Brimob Polda Banten, mulai dari sejarah, struktur organisasi, tugas operasional, hingga kontribusi sosial. Setiap bagian naskah disesuaikan dengan durasi dan alur visual dalam *storyboard* untuk menghasilkan ritme narasi yang selaras. Selain itu, dilakukan pemetaan adegan berdasarkan urutan logis agar struktur video mudah dipahami oleh penonton.

2.4. Produksi

Tahap produksi merupakan inti dari proses perancangan video profil, di mana seluruh konsep yang telah dirancang pada tahap pra-produksi mulai direalisasikan menjadi konten visual nyata [18]. Pada fase ini, pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan skenario dan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya. Proses pengambilan gambar dilaksanakan di lingkungan satuan Brimob Polda Banten, melibatkan berbagai aktivitas operasional dan kegiatan strategis yang menjadi bagian dari tugas institusi. Seluruh adegan direkam menggunakan kamera digital beresolusi tinggi untuk memastikan kualitas visual yang optimal. Proses produksi juga mencakup penyuntingan visual secara langsung menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro*. Aplikasi ini dipilih karena kemampuannya dalam melakukan pengeditan video secara *non-linier*, memungkinkan *editor* untuk memodifikasi bagian tertentu tanpa memengaruhi keseluruhan komposisi video. Penggunaan *Adobe Premiere Pro* dalam tahap ini melibatkan penataan urutan klip, pemotongan bagian yang tidak relevan, penyesuaian transisi antar adegan, penambahan elemen grafis, serta integrasi narasi suara atau *voice over*. Selain itu, proses produksi mencakup pengolahan visual awal seperti penyesuaian pencahayaan, koreksi warna, dan stabilisasi gambar agar hasil video lebih dinamis dan profesional. Seluruh kegiatan produksi difokuskan pada pencapaian *output* video yang sesuai dengan pesan institusional dan estetika visual yang telah ditentukan dalam konsep kreatif. Tahapan ini menjadi penentu utama dalam menjaga konsistensi antara rencana naratif dan hasil visual, sehingga video yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan secara jelas, kuat, dan menarik.

2.5. Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan tahap lanjutan setelah proses produksi, yang berfungsi untuk menyempurnakan hasil pengambilan gambar dan memastikan bahwa seluruh elemen visual dan

audio tersusun secara harmonis [19]. Pada tahap ini, dilakukan pengeditan akhir menggunakan Adobe Premiere Pro, termasuk penyalarsan antara narasi suara, potongan gambar, transisi, serta efek visual yang ditambahkan untuk memperkuat daya tarik audiovisual. Efek khusus seperti motion blur, transisi dinamis, pencahayaan tambahan, serta penyesuaian saturasi dan kontras warna digunakan untuk memperkaya tampilan visual dan memberikan kesan sinematik pada video profil. Selain itu, dilakukan integrasi musik latar dan efek suara yang telah dipilih pada tahap pra-produksi, agar dapat mendukung suasana emosional dari narasi visual. Penyusunan elemen suara dilakukan secara cermat agar tidak mendominasi atau menenggelamkan narasi utama, melainkan berfungsi sebagai penguat atmosfer. Proses penyuntingan akhir juga mencakup penyusunan tata letak teks dan grafis informasi, seperti nama satuan, jabatan, lokasi, dan elemen identitas visual institusi lainnya. Setelah seluruh komponen tersusun dengan baik, video melalui proses rendering akhir dalam format digital yang sesuai dengan kebutuhan distribusi, baik untuk media sosial, presentasi internal, maupun dokumentasi institusional.

2.6. Distribusi dan Evaluasi

Video profil yang telah selesai diproduksi didistribusikan kepada dua segmen audiens: internal (personel Satbrimob Polda) dan eksternal (masyarakat umum), melalui saluran presentasi institusional dan media digital. Untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi visual dan teknis video, dilakukan survei evaluasi menggunakan instrumen angket kuesioner cetak. Kuesioner ini terdiri dari enam pernyataan tertutup berskala *Likert* (1–5) dan satu pertanyaan terbuka untuk menjangkau umpan balik bebas. Evaluasi dilakukan terhadap aspek kualitas visual, narasi, audio, durasi, efektivitas informasi, serta daya tarik video secara umum [20]. Hasil kuesioner dari 15 responden yang berasal dari kalangan internal (staf dan anggota Brimob) serta beberapa pemirsa eksternal, dianalisis untuk mengukur persepsi penonton terhadap keberhasilan penyampaian pesan institusi. Hasil evaluasi ini menjadi landasan reflektif untuk pengembangan produksi video sejenis di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Naskah Narasi dan Penyampaian *Voice Over*

Penyusunan naskah merupakan tahap awal dan krusial dalam perancangan video profil, karena menjadi fondasi naratif yang mengarahkan seluruh alur visual dan audio. Naskah disusun dengan pendekatan dokumenter informatif, yang memadukan gaya formal dan heroik, guna memperkuat citra institusi Satbrimob Polda Banten sebagai satuan elit yang tangguh, humanis, dan profesional. Naskah yang dihasilkan berfungsi sebagai pedoman *voice-over* yang mengiringi footage utama dalam video profil. Narasi disampaikan oleh pengisi suara dalam gaya lugas dan penuh semangat, sesuai dengan karakteristik Satbrimob Polda. Transkrip naskah video profil Satbrimob Polda Banten beserta durasi pembacaannya ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Naskah/Transkrip Video Profil Satbrimob Polda Banten


| No | Durasi (Menit) | <i>Voice Over</i> |
|----|----------------|--|
| 1 | 00:00 – 00:48 | Korps Brigade Mobile atau yang biasa disingkat dengan Brimob merupakan korps tertua yang dimiliki oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia. Satuan elit ini bertugas menanggulangi ancaman kamtibmas berintensitas tinggi. Satbrimob Polda Banten hadir sebagai kekuatan strategis dalam menjaga keamanan daerah dan pariwisata, serta siap melindungi, mengayomi, dan melayani masyarakat. |
| 2 | 00:48 – 01:28 | Markas Satbrimob Polda Banten terletak di Jalan KH. Amin Jasuta No. 1, Kota Serang. Di dalamnya terdapat satu Detasemen Gegana dan tiga Batalyon Pelopor. Sejak berdiri pada tahun 2004, satuan ini telah mengalami beberapa kali pergantian pimpinan. |





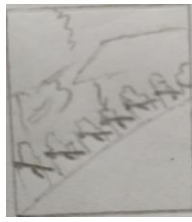


| | | |
|---|---------------|--|
| 3 | 01:28 – 02:14 | Saat ini, Satbrimob Polda Banten dipimpin oleh Kombes Pol. Imam Suhadi, S.I.K. dengan dukungan AKBP Hadi Saepul Rahman, S.I.K., M.M. sebagai Wakil DANSAT. Sebanyak 852 personel tergabung dalam Detasemen dan Batalyon, siap menjalankan tugas menghadapi berbagai potensi konflik. |
| 4 | 02:14 – 02:56 | Subden Jibom bertugas menjinakkan bom, sementara Subden KBR menangani bahan kimia, biologi, dan radioaktif. Batalyon Pelopor melaksanakan penanggulangan huru-hara, konflik sosial, penyelamatan jiwa, dan bencana. |
| 5 | 03:40 – 04:42 | Batalyon A, B, dan C masing-masing dipimpin oleh perwira dengan jumlah personel yang disesuaikan. Satbrimob Polda Banten juga melaksanakan patroli kamtibmas dan membantu pengaturan lalu lintas. Dengan moto "Jiwa Ragaku Demi Kemanusiaan", Brimob hadir untuk masyarakat. |
| 6 | 04:42 – 05:16 | Satbrimob Polda membantu evakuasi pohon tumbang, menjaga kebugaran fisik personel, dan berperan dalam program makan siang bergizi bagi pelajar sebagai bentuk kontribusi sosial. |
| 7 | 05:16 – 05:54 | Satbrimob Polda turut dalam Operasi Manta Brata Maung 2024 dan pelestarian satwa langka di Taman Nasional Ujung Kulon. Menjelang Pilkada 2024, 500 personel disiagakan untuk menjaga kondusifitas wilayah. |
| 8 | 05:54 – 06:47 | Dalam Ops Amole 2024, 100 personel dikirim ke P.T. Freeport. Personel Satbrimob Polda juga menorehkan prestasi di kejuaraan skydiving dan PON XXI Aceh-Sumut 2024 dalam berbagai cabang olahraga. |
| 9 | 06:47 – 07:05 | Dengan semboyan "Sekali Melangkah Pantang Menyerah", Satbrimob Polda Banten hadir dengan loyalitas, kemampuan, dan jiwa kemanusiaan demi Nusa dan Bangsa. |

3.2. *Storyboard* dan Rencana Visual

Setelah naskah dirancang, proses dilanjutkan dengan pembuatan *storyboard* untuk memvisualisasikan alur cerita secara terstruktur. *Storyboard* disusun agar tim produksi memiliki gambaran jelas mengenai susunan adegan, komposisi visual, efek suara, serta durasi setiap segmen video. *Storyboard* merupakan representasi visual dari alur naskah yang telah disusun sebelumnya, dan berfungsi sebagai panduan produksi agar proses pengambilan gambar berjalan sistematis dan sesuai dengan narasi. Penyusunan *storyboard* dilakukan dengan memperhatikan sinkronisasi antara waktu, visual, *scene*, *backsound*, dan catatan teknis lainnya yang menunjang pesan komunikasi visual.

Tabel 2. *Storyboard* Video Profil Satbrimob Polda Banten

| No | Waktu (Menit) | Visual | Scene | Back Sound | Catatan |
|----|---------------|---|---------------------------------------|---|---|
| 1 | 00:00 – 00:48 |  | Opening – Logo Satbrimob Polda Banten | Musik dramatis, efek suara ledakan dan tembakan | Penekanan pada identitas kuat dan heroik Satbrimob Polda Banten |

| | | | | | |
|---|---------------|---|---|--|---|
| 2 | 00:48 – 01:28 |  | Tentang Satbrimob Polda Banten | Musik aksi | Menggambarkan sejarah dan terbentuknya kesatuan |
| 3 | 01:28 – 02:14 |  | Kepemimpinan di Satbrimob Polda Banten | Suara instruksi pemimpin, pasukan menyimak | Menampilkan gaya kepemimpinan yang karismatik dan strategis |
| 4 | 02:14 – 02:56 |  | Tugas Pokok Satbrimob Polda Banten | Suara kendaraan patroli | Menjelaskan struktur dan fungsi unit di dalam Brimob |
| 5 | 04:01 – 05:48 |  | Tugas Patroli Kamtibmas | Suara kendaraan | Menampilkan kesiapan operasional dan kedekatan dengan masyarakat |
| 6 | 05:48 – 06:47 |  | Tugas Pengamanan Satbrimob Polda Banten | Suara latar baris-berbaris | Memperlihatkan kesiapsiagaan dan disiplin tinggi anggota |
| 7 | 06:47 – 06:52 |  | Prestasi Satbrimob Polda Banten | Musik apresiatif | Menyampaikan pencapaian positif dalam berbagai bidang kompetisi |
| 8 | 06:52 – 07:05 |  | Penutupan – Slogan Satbrimob Polda Banten | Musik dentuman dramatis | Penegasan penutup melalui slogan inspiratif: "Sekali melangkah pantang menyerah..." |

Pada Tabel 2 menunjukkan Dalam pembuatan video profil Satbrimob Polda Banten, *storyboard* dirancang untuk membangun citra institusional yang kuat, humanis, serta responsif terhadap tugas-tugas berintensitas tinggi. Setiap segmen waktu dalam *storyboard*

menggambarkan rangkaian visual yang terstruktur dari pembukaan hingga penutupan video, disesuaikan dengan isi *voiceover* dan iringan audio yang memperkuat suasana emosional.

3.3. Hasil Produksi dan Penyuntingan Video Profil

Proses produksi video profil Satbrimob Polda Banten menghasilkan konten audio-visual berdurasi 7 menit 5 detik dalam kualitas resolusi HD. Video ini secara sistematis memperkenalkan struktur organisasi, tugas pokok, dan citra institusi kepada masyarakat luas. Hasil produksi mencakup beberapa elemen utama yang mendukung efektivitas pesan komunikasi visual, mulai dari tahap pra-produksi hingga finalisasi pascaproduksi.

Visualisasi identitas dan narasi institusional dibangun melalui proses pengumpulan data lapangan berupa observasi dan diskusi langsung dengan personel Satbrimob Polda Banten. Informasi tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk naskah naratif dan divisualisasikan melalui *storyboard*, membentuk alur cerita yang menggambarkan sejarah pendirian, struktur satuan, hingga peran aktif Satbrimob Polda dalam menangani berbagai situasi kamtibmas dan kemanusiaan. Penyusunan naskah ini berhasil memetakan video ke dalam tujuh segmen utama yang menyajikan nilai-nilai institusi secara berurutan dan konsisten. Dalam hal visual, video mengusung konsep sinematik dengan tone formal dan heroik. Pemilihan warna dominan merah dan hitam bukan sekadar pertimbangan estetika, melainkan representasi semiotik yang kuat. Dalam teori komunikasi visual, warna merah kerap dihubungkan dengan keberanian, semangat, dan ketegasan, sementara hitam mencerminkan kekuatan, ketangguhan, dan wibawa [21]. Kombinasi warna ini secara simbolis memperkuat citra Satbrimob sebagai satuan elit yang berani dan tangguh. Logo yang divisualisasikan pada bagian awal video berfungsi sebagai *signifier* atau penanda institusional yang mempertegas identitas. Hal ini sejalan dengan teori semiotika yang menekankan relasi antara tanda (*sign*) dan makna (*signified*) dalam pembentukan pesan visual [22].

Struktur narasi yang terbagi ke dalam tujuh segmen utama juga memanfaatkan prinsip *visual storytelling* berfungsi untuk membangun kesinambungan cerita dan meningkatkan daya tarik audiens [23]. Dari perspektif audiens, integrasi elemen visual heroik, audio dramatis, dan simbol institusional menciptakan asosiasi emosional positif terhadap Satbrimob. Hal ini sejalan dengan teori desain komunikasi visual yang menekankan pentingnya keselarasan unsur visual, naratif, dan simbolik dalam membentuk persepsi publik yang kuat [24]. Musik latar turut disesuaikan dengan suasana tiap adegan, seperti *background* dramatis pada segmen operasi taktis dan musik lembut pada bagian yang menampilkan kegiatan sosial. Pengambilan gambar dilakukan di beberapa lokasi strategis, termasuk Markas Komando, arena latihan, titik patroli, dan berbagai kegiatan sosial masyarakat. Dokumentasi visual yang dihasilkan meliputi aktivitas Detasemen Gegana, Batalyon A, B, dan C, serta aksi-aksi seperti patroli rutin dan penjinakan bom. Visual pembuka menampilkan logo Satbrimob Polda secara sinematik sebagai penegasan identitas institusi, sedangkan salah satu adegan yang menonjol adalah momen penjinakan bom oleh personel Subden Jibom yang ditampilkan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



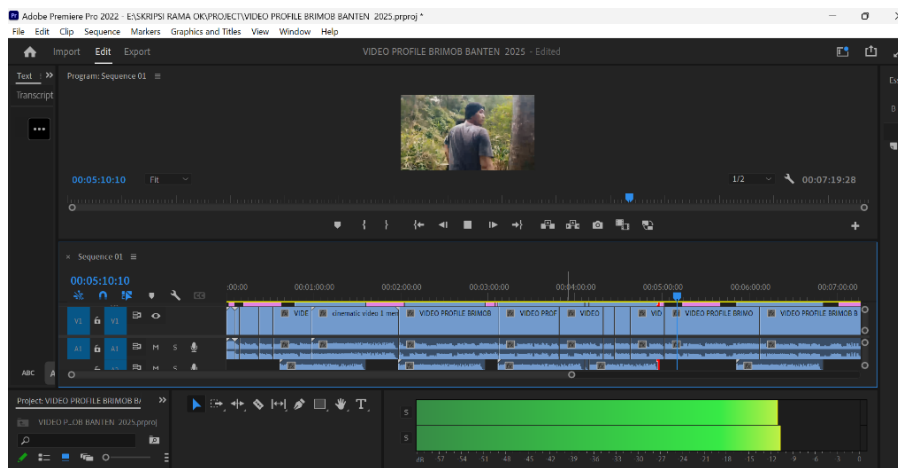
Gambar 1. Visual Awal Logo Satbrimob Polda Banten Sebagai Pembuka Video



Gambar 2. Visual Penjinakan Bom Oleh Subden Jibom Satbrimob Polda Banten

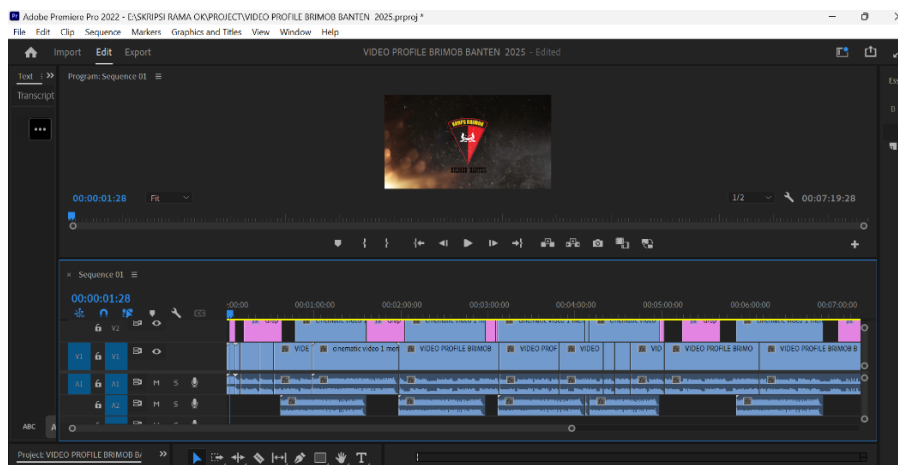
Tahapan penyuntingan dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro.

Proses ini mencakup penyusunan urutan *footage* sesuai alur *storyboard*, penambahan elemen teks, transisi antar adegan, serta integrasi grafis dan efek visual yang memperkuat narasi. Beberapa *tools* utama yang digunakan antara lain *Type Tool*, yang berfungsi untuk menambahkan judul utama dan teks penjelas, seperti nama kegiatan atau struktur organisasi. *Tool* ini membantu menyampaikan informasi secara visual tanpa harus seluruhnya disuarakan. Selanjutnya, *Razor Tool* digunakan untuk memotong klip video sesuai kebutuhan narasi, terutama ketika menggabungkan *footage* dari lokasi berbeda atau menyesuaikan durasi dengan alur naskah. Untuk navigasi dalam *timeline*, editor memanfaatkan *Hand Tool*, yang memungkinkan pergeseran pandangan secara horizontal sepanjang durasi video. Sedangkan *Slip Tool* digunakan untuk mengatur posisi isi dalam satu klip tanpa mengubah durasi total, sehingga sinkronisasi antara *footage* dan *voice-over* tetap terjaga. Pada tahap integrasi audio, narasi *voice-over* disesuaikan dengan urutan visual yang ditampilkan. Efek suara tambahan seperti dentuman ledakan, suara tembakan, dan suasana lapangan ditambahkan untuk menghidupkan nuansa dramatis. *Background* musik juga dipilih secara kontekstual, memperkuat atmosfer dalam tiap segmen, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Integrasi Efek Suara dan *Background* Dalam Pengeditan Video

Proses finalisasi mencakup pengaturan ritme penyuntingan agar setiap transisi terasa halus, penyesuaian *color grading* untuk menjaga konsistensi *tone* warna, serta evaluasi terhadap keterpaduan antar segmen. Video akhir menampilkan kesatuan antara elemen visual, audio, dan naratif yang saling mendukung. Tampilan *timeline* hasil akhir dari proses penyuntingan video profil ditampilkan pada Gambar 4.

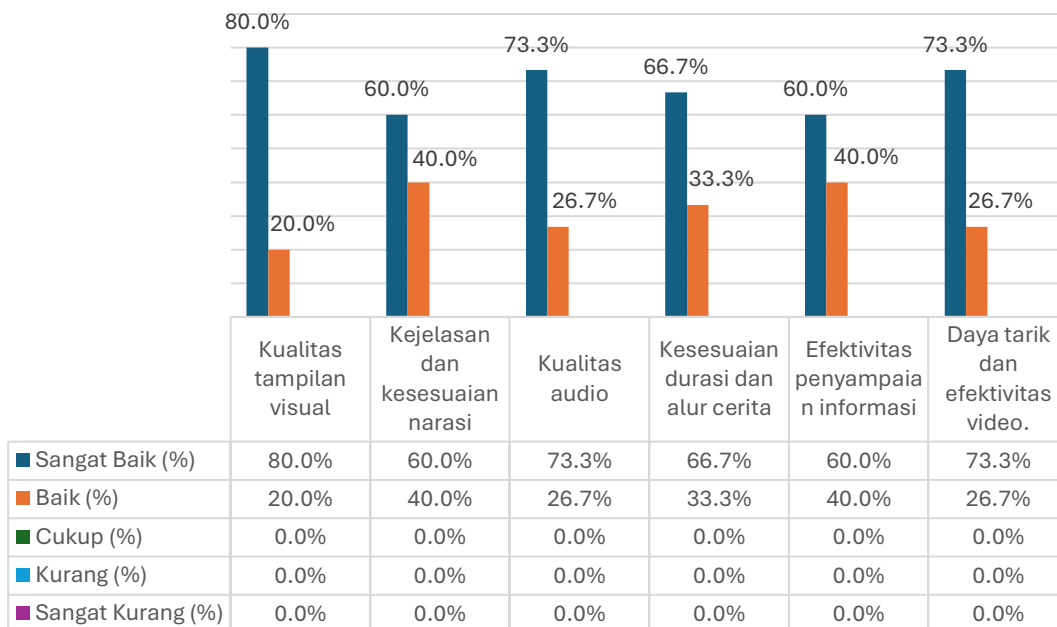


Gambar 4. Cuplikan *Timeline Editing* Video Profil Satbrimob Polda Banten

Dengan proses produksi dan penyuntingan yang terstruktur serta penggunaan tools profesional yang tepat, video profil ini berhasil menampilkan narasi institusional secara kuat, efektif, dan representatif.

3.4. Evaluasi Video Profil

Untuk menilai efektivitas hasil produksi video profil Satbrimob Polda Banten, dilakukan evaluasi melalui penyebaran angket kepada sejumlah responden internal. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana video berhasil menyampaikan pesan institusional secara visual dan naratif, serta bagaimana kualitas teknis produksi diterima oleh audiens yang relevan. Instrumen evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket kuesioner yang terdiri dari dua jenis pertanyaan, yakni pertanyaan tertutup berbasis skala *Likert* (1–5) dan satu pertanyaan terbuka untuk masukan kualitatif. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas video profil dari dua aspek utama, yaitu aspek teknis produksi dan aspek komunikasi visual. Pada aspek teknis produksi, beberapa indikator yang dievaluasi mencakup ketajaman dan kenyamanan tampilan visual, kelancaran transisi antar adegan, kesesuaian antara narasi (*voice-over*) dengan visual yang ditampilkan, kejernihan audio, efektivitas durasi video, serta kontribusi efek suara dalam membangun atmosfer naratif. Sementara itu, aspek komunikasi visual difokuskan pada representasi identitas dan citra Satbrimob Polda dalam video, kejelasan dan informatifnya narasi, keselarasan elemen visual seperti warna, musik latar, dan gaya pengambilan gambar, serta kemampuan video dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap tugas dan fungsi Satbrimob Polda Banten secara keseluruhan. Hasil dari kuesioner tersebut ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Persentase Penilaian Responden terhadap Aspek Kualitas Video Profil Satbrimob Polda Banten

Hasil kuesioner pada Gambar 5, menunjukkan mayoritas responden menilai video profil Satbrimob Polda Banten dengan kategori “Sangat Baik” pada semua aspek. Kualitas tampilan visual mendapat penilaian tertinggi dengan 80% responden menyatakan “Sangat Baik”, disusul kualitas audio dan daya tarik video masing-masing 73,3%. Aspek narasi, alur cerita, dan efektivitas informasi juga memperoleh penilaian positif, dengan minimal 60% responden memberikan nilai tertinggi. Tidak ada responden yang memberi penilaian “Cukup”, “Kurang”,

atau “Sangat Kurang”, menandakan bahwa video dianggap sangat efektif secara teknis dan komunikatif.

Berdasarkan tanggapan responden, salah satu keunggulan utama video terletak pada narasi yang informatif dan menyentuh, terutama pada segmen yang menggambarkan peran kemanusiaan Satbrimob Polda dalam evakuasi bencana dan pengamanan publik. Narasi tersebut dinilai berhasil membangun kedekatan emosional dengan audiens serta memperkuat citra positif institusi. Cuplikan adegan pada segmen kemanusiaan ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Cuplikan Adegan Pada Segmen Kemanusiaan

Meski demikian, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan ke depan. Beberapa responden menyarankan agar alur cerita disusun lebih dinamis agar tidak monoton, terutama pada transisi antar segmen. Selain itu, penambahan subtitle atau teks naratif dapat membantu penonton yang memiliki hambatan pendengaran, serta memperluas jangkauan penonton di ruang publik tanpa suara.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini telah menghasilkan video profil Satuan Brimob Polda Banten sebagai media informasi digital yang dirancang melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Seluruh tahapan perancangan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pengembangan konsep kreatif, hingga produksi, pascaproduksi, dan evaluasi, telah dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video memperoleh tanggapan sangat baik dari responden, terutama pada aspek kualitas visual, audio, dan daya tarik video. Aspek kualitas tampilan visual memperoleh nilai sangat baik sebesar 80% dan baik 20%, sementara kualitas audio dan daya tarik video masing-masing memperoleh nilai 73,3% dan baik 26,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa video berhasil menyampaikan informasi secara menarik dan efektif. Narasi yang disusun dinilai kuat dan menyentuh, terutama pada segmen yang menampilkan peran kemanusiaan Brimob dalam evakuasi bencana dan pengamanan publik. Penyampaian visual yang selaras dengan narasi turut memperkuat citra positif institusi. Kontribusi utama penelitian ini adalah penerapan teori semiotika, psikologi warna, serta prinsip visual *storytelling* dalam merancang media institusional yang komunikatif dan representatif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa perancangan media digital yang memadukan aspek naratif, simbolik, dan visual mampu memperkuat citra lembaga serta membangun kedekatan emosional dengan audiens.

5. SARAN

Untuk meningkatkan kualitas video profil di masa mendatang, perlu diperhatikan

penyisipan elemen teks informatif seperti nama kegiatan, lokasi pengambilan gambar, atau identitas narasumber guna memperjelas konteks informasi yang disampaikan. Selain itu, penerapan teknik visual yang lebih bervariasi serta transisi yang dinamis dapat memberikan pengalaman menonton yang lebih menarik dan tidak monoton. Perluasan distribusi melalui berbagai platform digital juga dapat memperluas jangkauan audiens dan menyesuaikan dengan pola konsumsi media yang berkembang. Dari sisi teoretis, pengembangan selanjutnya dapat mengintegrasikan prinsip Gestalt dalam penataan komposisi visual, retorika audiovisual dalam sinkronisasi narasi dan citra, serta pendekatan *user-centered design* untuk menyesuaikan pengalaman visual dengan preferensi audiens yang lebih luas. Pelibatan responden dari kalangan eksternal yang lebih beragam dalam proses evaluasi juga akan memberikan perspektif yang lebih komprehensif terhadap efektivitas penyampaian pesan dan persepsi publik terhadap institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Iwan Ahmad Puji Santoso, "Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Pemerintahan," *Indones. J. Public Adm. Rev.*, vol. 2, no. 3, p. 10, 2025, doi: 10.47134/par.v2i3.4004.
- [2] M. T. Nugroho and H. Kurniawan, "Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi," *J. Teknol. Inf.*, vol. 17, no. 2, pp. 71–78, 2022, doi: 10.35842/jtir.v17i2.462.
- [3] R. Kanada, N. S. Sakinah, O. Imelda, and N. Meilinda, "Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang," *J. Pengabd. Masy. Pemberdayaan, Inov. dan Perubahan*, vol. 5, no. 3, pp. 73–80, 2025, doi: 10.59818/jpm.v5i3.1499.
- [4] L. Sunarya, S. F. Khatami, and S. M. Ashari, "Media Informasi Berbasis Video UPT PPTP Pada Dinas Perhubungan Kota Tangerang," *MAVIB J.*, vol. 5, no. 1, pp. 40–53, 2024, doi: 10.33050/mavib.v5i1.2705.
- [5] M. P. A. Baqi, S. Santoso, and M. F. Maulana, "Media Informasi Berupa Video Profile Bidang Pemuda Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Tangerang," *MAVIB J.*, vol. 2, no. 2, pp. 202–212, 2021, doi: 10.33050/mavib.v2i2.1393.
- [6] F. Fitriani, E. Jelita, and Y. Ramadhani, "Perancangan Media Video Profil Guna Peningkatan Pelayanan Publik di Kantor Camat Danau Sipin Kota Jambi," *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 23, no. 2, p. 1225, 2023, doi: 10.33087/jiubj.v23i2.3547.
- [7] A. Ali, S. D. Fenica, W. Aini, and A. F. Hidayat, "Efektivitas Media Pembelajaran Interaktif dalam Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar," *J. Inf. Syst. Educ. Dev.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–6, 2025, doi: 10.62386/jised.v3i1.115.
- [8] R. P. S. Hunowu, "Perancangan Video Company Profil Universitas Ichsan Gorontalo," *J. Nawala Vis.*, vol. 3, no. 2, pp. 93–98, 2021, doi: 10.35886/nawalavisual.v3i2.247.
- [9] S. Aulia and W. Bachtiar, "Penerapan Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Video Company Profile Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat," *All Fields Sci. J. Liaison Acad. Soc.*, vol. 2, no. 4, pp. 88–92, 2022.
- [10] N. Choliso, D. Setiawan, H. Fajrin, and S. Alfeno, "Video Company Profile Sebagai Sarana Promosi Bunga Coffee Pada PT. Kejar Aku Terus," *MAVIB J.*, vol. 5, no. 2, pp. 240–254, 2024.
- [11] K. S. Lestari, R. Mardistira, A. Hidayat, and D. R. Nurjaman, "Media Video Profile sebagai Sarana Promosi PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang," *MAVIB J.*, vol. 5, no. 2, pp. 240–254, 2024.
- [12] E. Evita and D. E. Kurniawan, "Perancangan Video Company Profile Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Batam," *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 5, no. 1, pp. 98–109, 2021, doi: 10.30871/jamn.v5i1.2849.
- [13] A. Anggarini, M. T. Maheni, D. A. NB, R. D. Pramesti, and S. Susilawati, "Konsep Visual Video Profil Sebagai Media Promosi Program Studi Desain Grafis Politeknik

- Negeri Jakarta,” *J. Dimens. DKV Seni Rupa dan Desain*, vol. 7, no. 2, pp. 175–186, 2022, doi: 10.25105/jdd.v7i2.12397.
- [14] H. Hasminur, Z. Zulhaini, A. R. Hadi, and M. Sinaga, “Keefektifan Penggunaan Storyboard Dalam Pembuatan Film Pendek sebagai Implementasi Pembelajaran Teks Anekdote,” *GERAM (Gerakan Aktif Menulis)*, vol. 10, no. 2, pp. 52–63, 2022, doi: 10.25299/geram.2022.vol10(2).11219.
- [15] N. Agnia and W. Bachtiar, “Penerapan Storyboarding dalam Produksi Video Company profile Inspektorat Jawa Barat,” *All Fields Sci. J. Liaison Acad. Soc.*, vol. 2, no. 4, pp. 88–92, 2022.
- [16] R. K. Fernanda, D. A. Nisa, and A. C. Ayuswantana, “Pembuatan Storyboard Iklan Layanan Masyarakat Dampak Negatif Gawai Dalam Pola Asuh Orang Tua Terhadap Anak,” *J. Cendekia Ilm.*, vol. 4, no. 1, pp. 273–282, 2024.
- [17] M. P. A. Baqi, M. Mayasari, and M. F. Rosmawati, “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pada Restoran Gubug Makan Mang Engking Citra Raya,” *MAVIB J.*, vol. 5, no. 1, pp. 118–128, 2024, doi: 10.33050/mavib.v5i1.2995.
- [18] J. A. Setiawan and Y. Erlyana, “Video profil animasi 3D sebagai identitas brand parfum XYZ,” *J. Desain*, vol. 11, no. 3, pp. 507–526, 2024, doi: 10.30998/jd.v11i3.19438.
- [19] M. Puad, A. Baqi, B. Ramadhan, D. Akbar, and M. Budiarto, “Media video company profile sebagai sarana informasi dan promosi pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang,” *MAVIB J.*, vol. 6, no. 1, p. 2025, 2023.
- [20] R. Febriani and A. A. Mustofa, “Penggunaan Videografi Sebagai Alat Komunikasi Alternatif Dalam Penyampaian Informasi Publik,” *Merdeka Indones. J. Int.*, vol. 14, no. 5, pp. 1–23, 2024.
- [21] I. W. A. P. Yasa *et al.*, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [22] Y. Abdullah and R. J. Saputra, “Teori Semiotika Roland Barthes dalam Desain Logo Pepsi: (Analisis Tahapan Denotasi, Konotasi, dan Mitos terhadap Budaya Kapitalistik),” *Vis. J. Seni, Desain dan Vis. Digit.*, vol. 02, no. 01, pp. 14–19, 2025.
- [23] U. Rosyidah, N. C. Sari, and W. Masfuah, “Komunikasi Visual Storytelling Dalam Video Promosi Wisata Purwokerto,” *Jisip-Unja*, vol. 9, no. 1, pp. 73–83, 2025.
- [24] W. Septarina, *Komunikasi Visual Multikulturalisme Pada Ornamen*. Sleman: Deepublish, 2024.