

PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN

DAN BRANDING PADA VIDEOCOMPANY PROFILE COZYSTOP

SKRIPSI SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*



Disusun oleh:

Debi Yoga Saputra

NIM. 21.96.2754

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2025

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN
DAN BRANDING PADA VIDEO COMPANY PROFILE COZYSTOP**

SKRIPSI SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar

Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Debi Yoga Saputra

NIM. 21.96.2754

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
SKEMA *ARTIST CONTENT CREATOR*

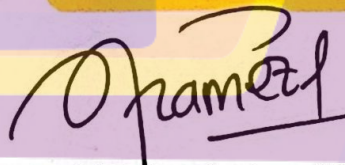
**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN
PESAN DAN BRANDING PADA VIDEO *COMPANY*
*PROFILE COZYSTOP***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Debi Yoga Saputra
21.96.2754

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada
7 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,



Rr. Pramesti Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIST CONTENT CREATOR**

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN
PESAN DAN BRANDING PADA VIDEO COMPANY
PROFILE COZYSTOP**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Debi Yoga Saputra
21.96.2754

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 30 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Monika Prettv Aprilia, S.I.P., M.Si
NIK. 190302478

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302522

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)

Pada Tanggal 30 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Agustus 2025

Penulis



Debi Foga Saputra

NIM. 21.96.2754

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN DAN BRANDING PADA VIDEO COMPANY PROFILE COZYSTOP”** yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis memiliki harapan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam ranah komunikasi visual, serta menjadi bahan referensi yang berguna bagi praktisi maupun mahasiswa yang memiliki minat di bidang produksi konten audiovisual, khususnya dalam aspek penyutradaraan. Atas dasar itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

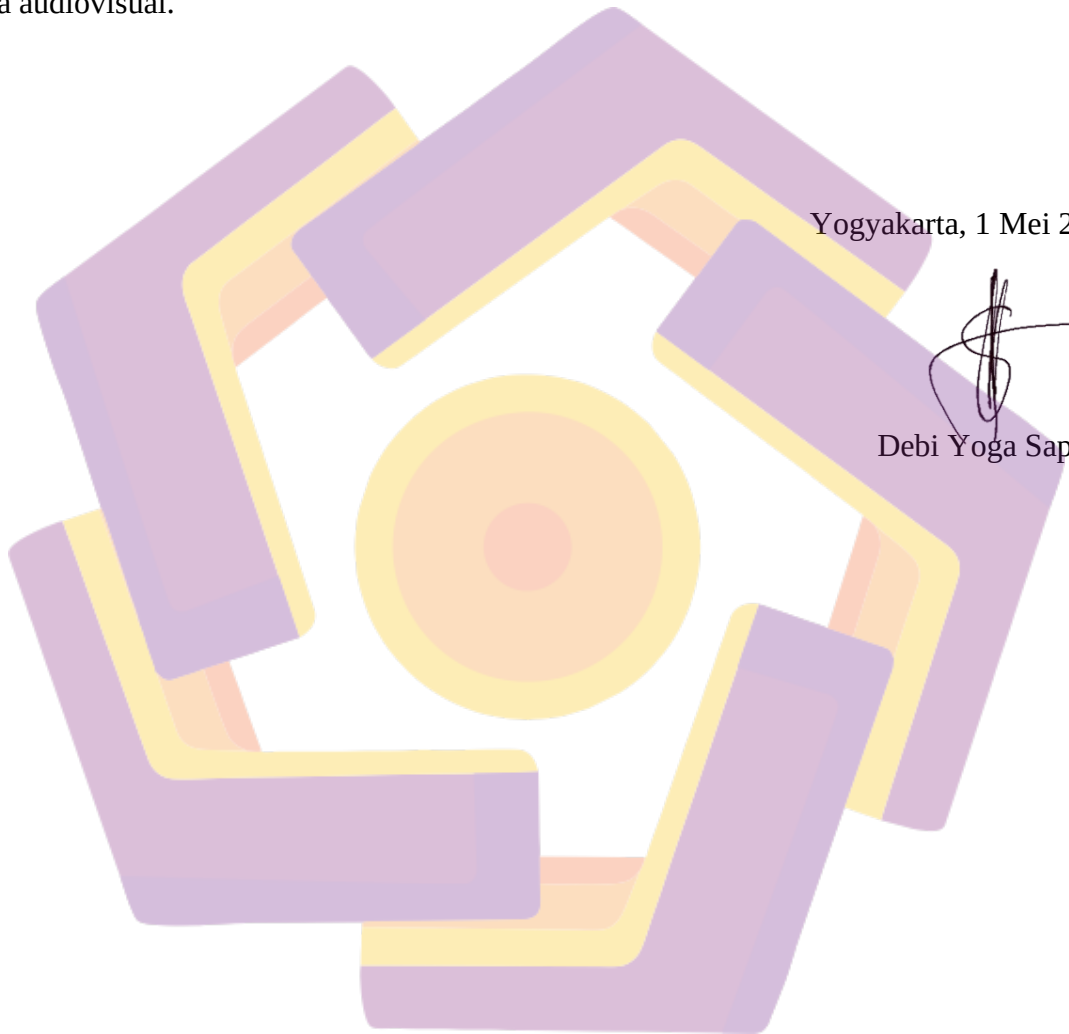
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.(Pembimbing)
5. Ibu Afifah Nada selaku Owner *Cozystop*
6. Bapak Ponimin dan Ibu Maria Sunarti selaku orang tua penulis, yang sudah selalu mengusahakan yang terbaik, memberikan kasih sayang serta support.
7. Isvarina Awalia selaku pendamping penulis yang selalu memberikan saran dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan lancar.
8. Tim Produksi dan Rekan-rekan yang sudah ikut berkontribusi dalam pembuatan karya ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan, baik dalam hal substansi maupun aspek teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang. Sebagai penutup, penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan, serta menjadi bagian dari upaya pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah produksi media audiovisual.

Yogyakarta, 1 Mei 2025



Debi Yoga Saputra



LEMBAR PERSEMBAHAN

1. Pertama-tama saya ingin mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT. Allhamdulillah dan terimakasih atas kemudahan dan kelancaran dalam setiap proses ini. Walaupun pada beberapa hal eksternal dan internal yang terkadang dialami oleh penulis dari pra-pasca produksi. Namun semua dapat teratasi dan terselasaikan dengan maksimal.
2. Kedua, penulis ucapkan banyak terimakasih kepada bunda terkasih, Maria Sunarti. Ibu dari penulis yang sudah berjuang keras, rela bekerja jauh dari keluarga untuk mengupayakan dan memberikan yang terbaik untuk anaknya ini. Terimakasih ya bunda, jika tidak atas perjuangan dan kenekatanmu waktu itu mungkin anakmu ini belum tentu bisa menjadi Sarjana dan menikmati berbagai kemudahan hidup seperti sekarang ini. Sehat selalu ya bunda, akan Yoga balas semua kerjakeras dan perjuangamu, Aamiin.
3. Penulis ucapkan terimakasih pula kepada bapak tercinta, Ponimin. Terimakasih sudah selalu mengupayakan dan merindukan kehadiran anakmu ini ketika waktu libur tiba. Yoga tau sebenarnya babe juga merasakan kesedihan dan kesepian ketika Yoga memutuskan untuk pergi jauh menuntut ilmu di kota yang berbeda dan cukup jauh dari rumah. Tapi demi pendidikan anakmu kau tidak pernah menunjukkan hal itu kepada anakmu ini. Selayaknya Yoga, meskipun Babe memiliki banyak kekurangan namun Yoga tetap sayang, entah bagaimana jika kelak hidup Yoga tidak ada hadirmu. Semoga waktu tersebut masi lama ya pak, biar yoga puaskan dulu berkumpul dengan Bapak dan Ibu dirumah dalam keadaan lengkap.
4. Berikutnya penulis sampaikan terimakasih kepada seorang spesial yang selalu menemani dan menerima segala kekurangan saya. Terimakasih Isvarina Awalia untuk segala dukungan dan segala bantuan, serta semangat yang selalu diberikan. Mas selalu mengharapkan yang terbaik, baik untuk dirimu ataupun hubungan kita kedepannya. Terimakasih sekali atas semua, sudah mau berubah dan selalu mengusahakan yang terbaik.
5. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua kawan seperjuangan. Sudah memberikan banyak warna baru dalam perjalanan hidup penulis khususnya pada masa perkuliahan ini. Kalau tidak

ada kalian, gatau bagaimana membosankan dan sepiya proses perkuliahan di Jogja ini. Terimakasih untuk kalian yang sudah selalu menghadirkan tawa dalam tongkrongan kita. Semoga kita semua sukses dan jadi “Orang”, Aamiin 1000x. Satu lagi, semoga kelak kita semua ada waktu untuk bertemu kembali kawan.

6. ***Last but not least, i wanna thank me*** *i wanna thank me for believing in me, i want a thank me for doing all this hard work, i want thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryina give more than i receive, i wanna thank me for trying to do more right than weong, i wanna thank me for just being me at all times.*

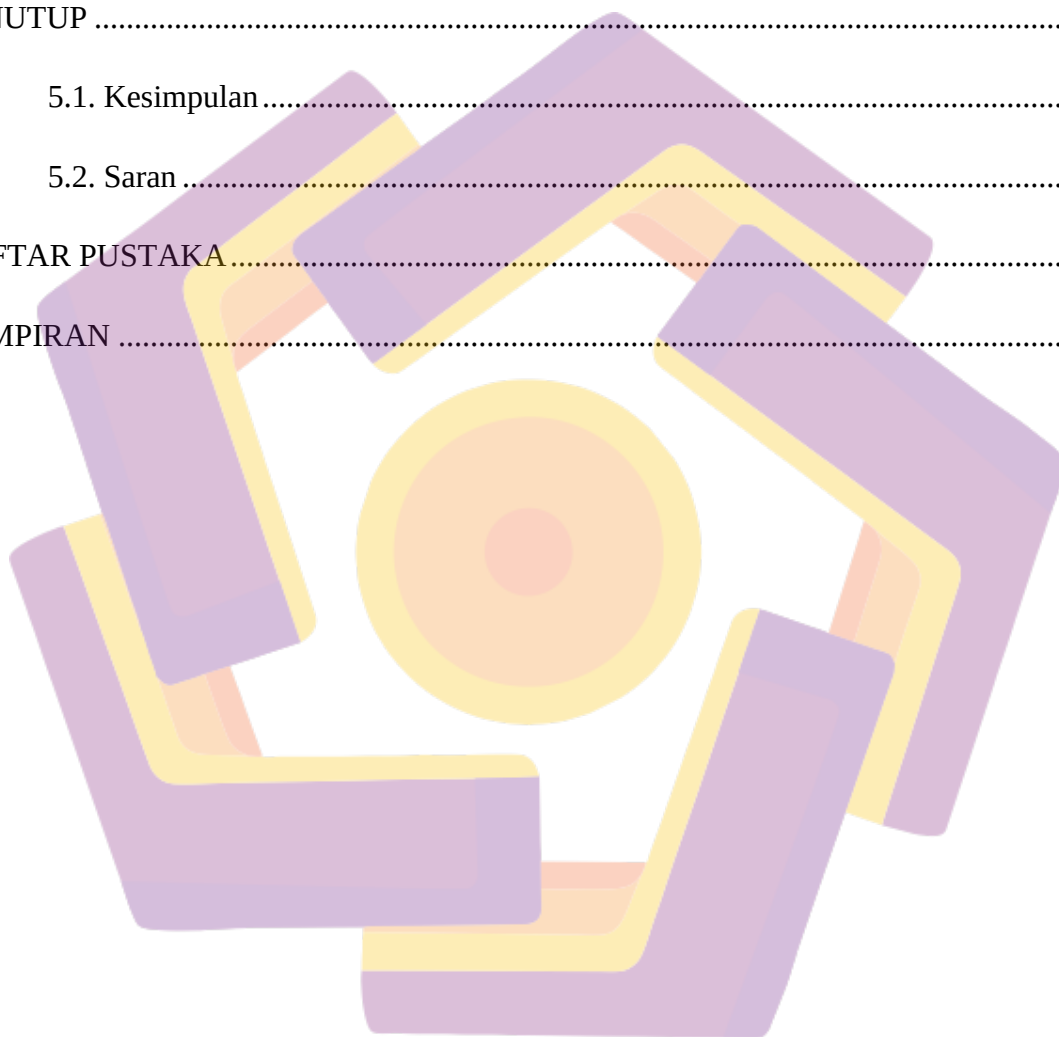


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penciptaan Karya.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat Penciptaan Karya	5
1.4.1. Manfaat Karya Secara Akademis	5
1.4.2. Manfaat Karya Secara Praktis.....	6
BAB II	8

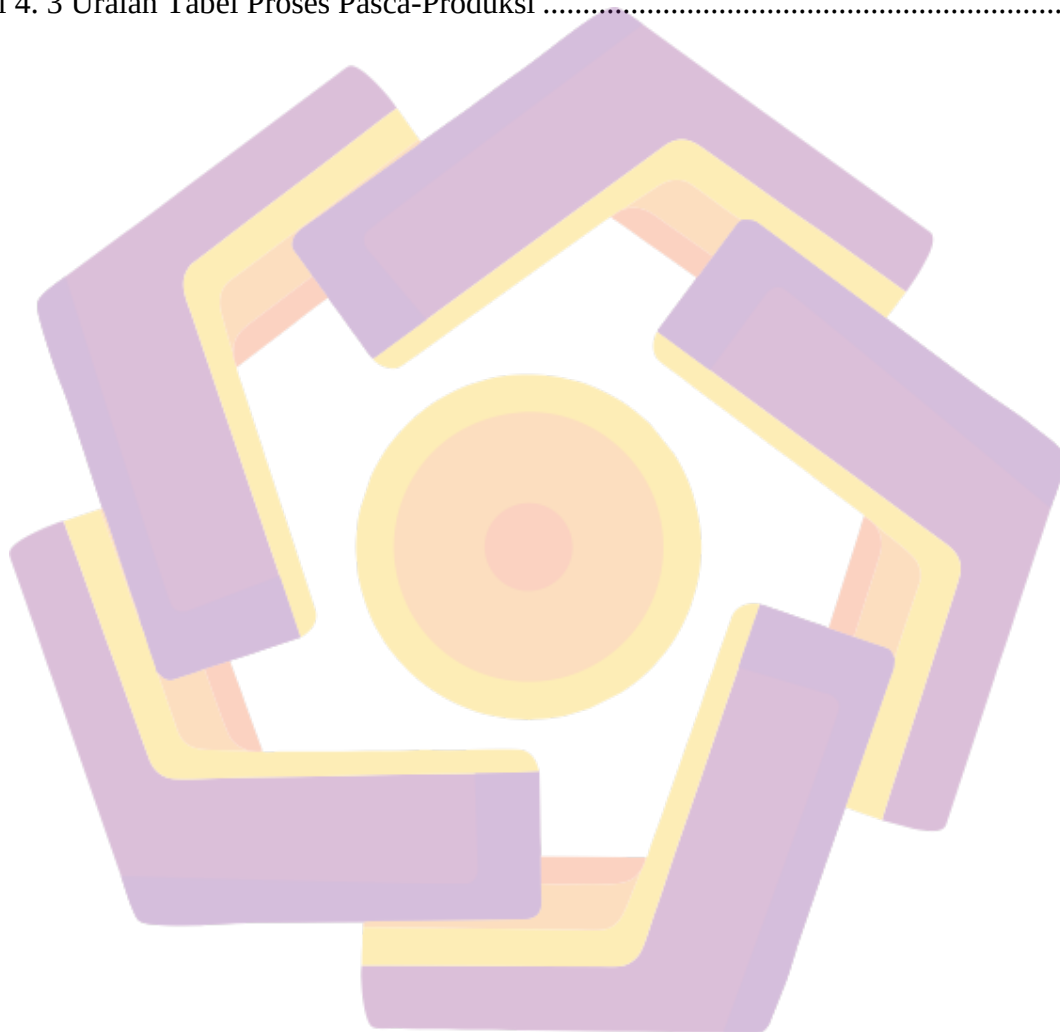
TINJUAN PUSTAKA	8
2.1. Referensi Karya Sebelumnya	8
2.2. Landasan Teori/Konsep	11
2.2.1. Proses Kreatif.....	11
2.2.2. Sutradara	15
2.2.3. Pesan	17
2.2.4. <i>Branding</i>	19
2.2.5. <i>Brand Awareness</i> dan Strategi <i>Hook</i>	20
2.2.6. <i>Company Profile</i>	23
BAB III	26
METODE PEMBUATAN KARYA.....	26
3.1. Riset dalam pra produksi	26
3.2 Deskripsi Karya	27
3.2.1. Format Media.....	28
3.2.2. Durasi Karya	28
3.2.3. Isi Pesan Karya	28
3.2.4. Target <i>Audiens</i>	30
BAB IV	33
PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	33
4.1 Pembahasan Karya.....	33
4.1.1. Proses Kreatif Sutradara pada Tahap Pra-Produksi	34
4.1.2. Proses Kreatif Sutradara pada Tahap Produksi.....	36

4.1.3. Proses Kreatif Sutradara pada Tahap Pasca-Produksi.....	38
4.2. Penerapan Proses Kreatif	39
4.3. Uraian Proses Produksi.....	50
4.4. Kendala dan Pemecahan Masalah	53
BAB V	54
PENUTUP	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Segmentasi Audiens.....	31
Tabel 4. 1 Uraian Proses Pra-Produksi	51
Tabel 4. 2 Uraian Proses Produksi.....	52
Tabel 4. 3 Uraian Tabel Proses Pasca-Produksi	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram dan Tlktok Cozystop Homestay Jogja.....	2
Gambar 2. 1 Video Company Profile Chanra Asri Group	8
Gambar 2. 2 Video Company Profile Eratani Indonesia.....	9
Gambar 2. 3 Video Company Profile Telkom Indonesia.....	10
Gambar 4. 1 Video Compro Cozystop	40
Gambar 4. 2 Video Compro Cozystop Homestay	41
Gambar 4. 3 Video Compro Cozystop Homestay	42
Gambar 4. 4 Video Compro Cozystop Homestay	43
Gambar 4. 5 Video Compro Cozystop Homestay	43
Gambar 4. 6 Video Company Profile Cozystop Homestay.....	44
Gambar 4. 7 Video Compro Cozystop Homestay	45
Gambar 4. 8 Video Compro Cozystop Homestay	46
Gambar 4. 9 Video Compro Cozystop Homestay	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tauran Karya	61
Lampiran 2 Naskah Video CP Cozystop	62
Lampiran 3 Shotlist Video CP Cozystop	66
Lampiran 4 Storyboard Video CP Cozystop.....	67
Lampiran 5 Daftar Talent Video CP Cozystop	69
Lampiran 6 Kebutuhan Peralatan.....	70
Lampiran 7 Daftar Kru.....	70
Lampiran 8 Timeline Kegiatan	71
Lampiran 9 Laporan Keuangan.....	71
Lampiran 10 Dokumentasi Kegiatan	72
Lampiran 11 Bukti HKI	74
Lampiran 12 Lampiran Pencipta.....	75

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menjadikan media audiovisual sebagai alat penting dalam strategi promosi dan branding perusahaan, termasuk dalam bentuk video company profile. Penelitian ini membahas proses kreatif yang dilakukan sutradara dalam merealisasikan pesan dan branding pada video *company profile* Cozystop Homestay, sebuah perusahaan penyedia layanan *homestay* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif yang menekankan pada praktik langsung penulis sebagai sutradara, mencakup tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kreatif sutradara sangat krusial dalam mengarahkan visualisasi pesan dan citra merek melalui tahapan riset, penulisan naskah, pengarahan talent, serta penyusunan elemen visual dan audio. Strategi branding Cozystop yang mengusung konsep *family-friendly*, profesionalisme, dan transparansi direpresentasikan dalam narasi, tone visual, serta gesture talent yang mendukung tujuan promosi dan memperkuat brand image. Video ini tidak hanya digunakan sebagai media *pitching* kepada calon mitra, tetapi juga sebagai media promosi untuk membangun kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: **Proses Kreatif, Sutradara, Video Company Profile, Branding, Pesan, Cozystop**

ABSTRACT

The development of digital technology has made audiovisual media an essential tool in promotional and branding strategies, including through company profile videos. This research explores the creative process of a director in realizing brand messaging in the company profile video of Cozystop Homestay, a homestay service provider based in Yogyakarta. Using a descriptive qualitative approach, this study highlights the writer's direct involvement as a director through the stages of pre-production, production, and post-production. The results show that the director's creative process plays a crucial role in translating messages and brand identity into visual form, involving stages such as research, scriptwriting, talent direction, and the integration of visual and audio elements. Cozystop's branding strategy, which emphasizes a family-friendly atmosphere, professionalism, and transparency, is conveyed through narration, visual tone, and talent gestures to support promotional objectives and strengthen brand image. The final video serves not only as a pitching tool for potential partners but also as a promotional medium to build brand awareness and expand market reach.

Keywords: **Creative Process, Director, Company Profile Video, Branding, Message, Cozystop**