PENERAPAN NARASI VISUAL OLEH SUTRADARA DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SMP MUHAMMADIYAH 9 YOGYAKARTA

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Disusun oleh:

Narendra Raka Kinantha
21.96.2468

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

TAHUN 2026

PENERAPAN NARASI VISUAL OLEH SUTRADARA DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SMP MUHAMMADIYAH 9 YOGYAKARTA

SKRIPSI SKEMA ARTIS

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Narendra Raka Kinantha
21.96.2468

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

PENERAPAN NARASI VISUAL OLEH SUTRADARA DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SMP MUHAMMADIYAH 9 YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Narendra Raka Kinantha

21.96.2468

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 8 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

Angga Intuen Mahendra P, M.I.Kom

NIK. 190302339

SKRIPSI SKEMA ARTIS

PENERAPAN NARASI VISUAL OLEH SUTRADARA DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SMP MUHAMMADIYAH 9 YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Narendra Raka Kinantha

21.96.2468

telah dipertahankan dihadapan dewan penguji pada 8 Januari 2026

Nama Penguji	**Tanda Tangan**
Etik Anjar Fitriarti, S.I.Kom, M.A. NIK. 190302656	
Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E, M.Hum NIK. 190302266	
Angga Intueri Mahendra P, M.I. Kom NIK. 190302339	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) 8 Januari 2026

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, Tgl Bln Tahun

Narendra Raka Kinantha
NIM 21.96.2468

Puji syukur, Alhamdulilah atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih 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. selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Angga Intueri Mahendra Purbakusuma, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran serta arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
5. Segenap jajaran SMP Muhammadiyah 9 Yogyakarta
6. Seluruh dosen, staf dan teman-teman Angkatan 2021 dan keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan kesan selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
ABSTRAK xi
ABSTRACT xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya 1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya 9
1.2.1 Manfaat Teoritis 9
1.2.2 Manfaat Praktis 10
1.2.3 Manfaat Akademis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Referensi Karya Sebelumnya 12
2.2 Landasan Teori/Konsep 15
2.2.1 Penyutradaraan 15
2.2.2 Sutradara 16
2.2.3 Teori Narasi Film David Bordwell 17
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA 19
3.1 Riset dalam Pra-Produksi 19
3.2 Deskripsi Karya 21
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA 24
4.1 Deskripsi Karya 24
4.2 Uraian Pekerjaan 25

4.2.1 Pra-Produksi 25
4.2.2 Produksi 32
4.2.3 Pasca Produksi 34
4.3 Kendala 35
BAB V PENUTUP 36
5.1 Kesimpulan 36
5.2 Saran 36
5.2.1 Saran Akademis 37
5.2.2 Saran Praktis 37
DAFTAR PUSTAKA 38
LAMPIRAN 40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. *Storyline* 49
Tabel 2. *Budgetin* 51
Tabel 3. Tambahan 52
Tabel 4. Rambes 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. SMP Islam Al Azhar 66 Bantul 12
Gambar 2. SMK SMTI Yogyakarta 13
Gambar 3. SMP Pangudi Luhur Domenico Savio 15
Gambar 4. *Note* Observasi Pra-Produksi 26
Gambar 5. Referensi Tempat Wawancara Kepala Sekolah 27
Gambar 6. Suasana Ruang Perpustakaan 27
Gambar 7. Suasana Ruang Kelas Plus 28
Gambar 8. *Company Profile* SMP Al Azhar 66 Bantul 29
Gambar 9. SMK SMTI Yogyakarta 29
Gambar 10. SMP Pangudi Luhur Domenico Savio 30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya 40
Lampiran 2. Premis, *Logline*, Sinopsis 40
Lampiran 3. Poster *Company Profile* 42
Lampiran 4. Naskah 43
Lampiran 5. *Storyline* 49
Lampiran 7. Dokumentasi *Screening* 51
Lampiran 8. Laporan *Budgeting* 51
Lampiran 6. Turnitin 53

ABSTRAK

Karya berupa video *Company Profile* SMP Muhammadiyah 9 Yogyakarta memiliki tujuan sebagai media informasi dan promosi yang efektif, informatif, menarik dan berkualitas tinggi. Latar belakang penelitian ini bermula dari kebutuhan lembaga pendidikan sebagai wadah dan ruang belajar bagi para siswa untuk menghadirkan citra positif di tengah persaingan antar sekolah yang ketat, khususnya sekolah swasta dalam menarik minat calon siswa serta membangun kepercayaan masyarakat. Pemilihan media promosi berupa video *company profile* dipilih karena memiliki kekuatan visual dan emosional yang dapat menyampaikan pesan secara persuasif di era modern dibandingkan hanya melalui media cetak saja. Melalui teori narasi film David Bordwell melalui pendekatan penyusunan narasi visual yang digunakan dalam karya *company profile* ini, proses pembuatan video *company profile* dilakukan melalui beberapa tahapan diantaranya yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi mencakup perencanaan konsep, pengembangan ide, riset dan penentuan narasumber. Tahap produksi yakni melakukan pengarahan *talent*, pengambilan gambar di sekolah serta koordinasi pengambilan visual oleh *Director of Photography* (DOP). Tahap pasca-produksi mencakup proses *editing* seperti pemilihan *footage*, penyusunan narasi serta penambahan elemen musik. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa gaya realisme sangat efektif dalam penyampaian serta pendekatan secara natural dan otentik untuk memperkuat emosional audiens. Pemilihan *talent* siswa, guru, ruangan serta narasi turut memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens sehingga menciptakan gambaran yang positif kepada audiens dan relevan dengan keadaan perkembangan teknologi media di masa kini.

Kata Kunci: Company Profile, Video Promosi, Penciptaan Karya, Teori Narasi Film, Pendekatan Naturalistik.

ABSTRACT

The work in the form of a Company Profile video for SMP Muhammadiyah 9 Yogyakarta aims to serve as an effective, informative, engaging, and high-quality medium for information and promotion. The background of this study arises from the need of educational institutions as platforms and learning spaces for students to present a positive image amid intense competition among schools, particularly private schools, in attracting prospective students and building public trust. The selection of promotional media in the form of a company profile video was chosen because it possesses strong visual and emotional power that can deliver messages persuasively in the modern era, compared to relying solely on print media. The method used in creating this company profile is the creative production method. The process of producing the company profile video is carried out through several stages, namely pre-production, production, and post-production. The pre-production stage includes concept planning, idea development, research, and determination of resource persons. The production stage involves directing talents, filming at the school, and coordinating visual capture by the Director of Photography (DOP). The post-production stage includes editing processes such as footage selection, narrative arrangement, and the addition of musical elements. The discussion results show that the realism style is very effective in message delivery, as well as a natural and authentic approach to strengthen the emotional connection with the audience. The selection of student and teacher talents, school facilities, and narration further reinforces the message to be conveyed, creating a positive image for the audience and remaining relevant to current developments in media technology.

Keyword: SMP Muhammadiyah 9 Yogyakarta, Metode, Company Profile, Natural, Promotion