

**PROSES KREATIF SUTRADARA PADA PEMBUATAN VIDEO
COMPANY PROFILE BERBASIS *STORYTELLING* PASCASARJANA
AMIKOM YOGYAKARTA**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

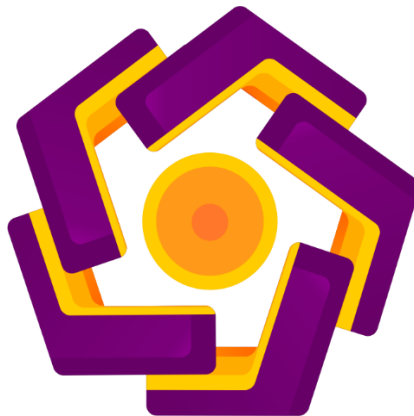
Dhiya Ulhaq Safinatun Najah
22.96.3386

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

**PROSES KREATIF SUTRADARA PADA PEMBUATAN VIDEO
COMPANY PROFILE BERBASIS *STORYTELLING* PASCASARJANA
AMIKOM YOGYAKARTA**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Dhiya Ulhaq Safinatun Najah
22.96.3386

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PROSES KREATIF SUTRADARA PADA PEMBUATAN VIDEO
COMPANY PROFILE BERBASIS *STORYTELLING* PASCASARJANA
AMIKOM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhiya Ulhaq Safinatun Najah
22.96.3386

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 6 Februari 2026

Dosen Pembimbing,


Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom., M.I.Kom
N.I.K. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS
PROSES KREATIF SUTRADARA PADA PEMBUATAN VIDEO
***COMPANY PROFILE* BERBASIS *STORYTELLING* PASCASARJANA**
AMIKOM YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhiya Ulhaq Safinatun Najah
22.96.3386

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 24 Februari 2026

Nama Penguji

Wiwid Adiyanto, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK. 190302477

Rivga Agusta, S.I.P., M.A.
NIK. 190302319

Sheilla Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom.
NIK. 190302437

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(24 Februari 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, 6 Februari 2026



Dhiya Ulhaq Safinatun Najah

NIM. 22.96.3386

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran 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. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Rivga Agusta S.IP, M.A. Selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Sheilla Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
5. Pascasarjana Universitas Amikom Yogyakarta Selaku Instansi yang bekerja sama dengan penulis.
6. Seluruh dosen, staff beserta teman-teman angkatan 2022 dan keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman kepada penulis selama penulis menempuh kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Cinta pertama penulis, Ayah tercinta. Terimakasih telah memberikan doa, dan dukungan kepada penulis.
8. Pintu surga penulis, Ibu tercinta. Terimakasih atas segala doa yang Ibu panjatkan, ridho, dan dukungan serta kasih sayang yang tiada henti diberikan. Semoga ini menjadi awal penulis untuk membuat Ayah dan Ibu bangga.

9. Kepada Fandi Setyawan, yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, memberikan dukungan dan senantiasa menemani penulis selama proses menyusun skripsi ini.
10. Kepada teman-teman, terimakasih selalu memberikan dukungan dan semoga kami sukses dengan karir masing-masing.
11. Terakhir, kepada diri sendiri Dhiya Ulhaq Safinatun Najah yang sudah menyelesaikan tanggung jawab serta mampu mengendalikan diri untuk terus menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri.

Yogyakarta, 6 Februari 2026



Penulis

DAFTAR ISI

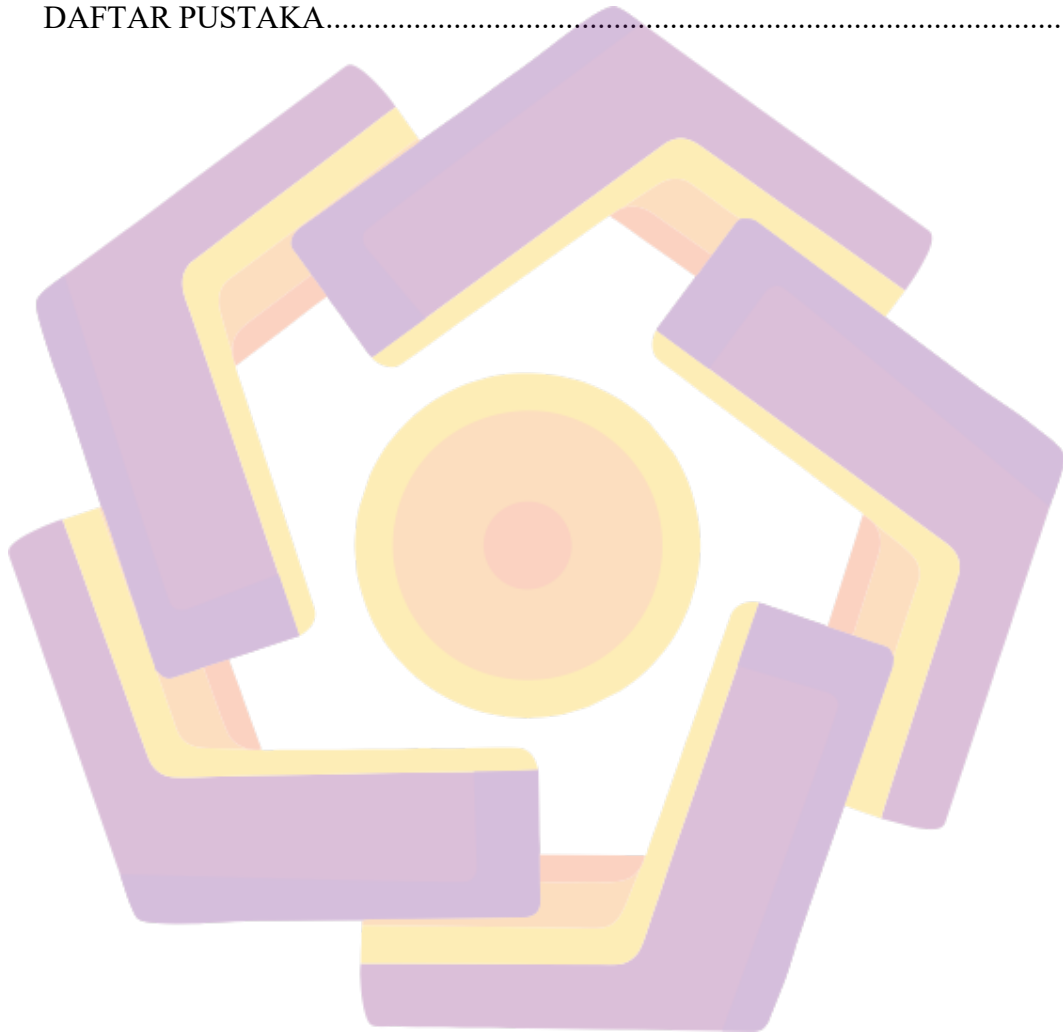
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penciptaan karya	1
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Referensi Karya Sebelumnya.....	17
2.1.1 Referensi Karya Audio Visual	17
2.1.2 Referensi Jurnal.....	18
2.2. Landasan Teori/ Konsep	20
2.2.1 <i>Storytelling</i>	20
2.2.2. <i>Company profile</i>	21
2.2.3 Bentuk <i>Company profile</i>	22
2.2.3.1 <i>Text Company profile</i>	22
2.2.3.2 <i>Graphic Company profile</i>	23

2.2.3.3 <i>Online Company profile</i>	23
2.2.3.4 <i>Interactive Company profile</i>	23
2.2.3.5 <i>Video Company profile</i>	23
2.2.4. Elemen-elemen <i>video company profile</i>	23
2.2.5. Teori Proses Kreatif	24
2.2.5.1 <i>Persiapan (Preparation)</i>	26
2.2.5.2 <i>Inkubasi (Incubation)</i>	27
2.2.5.3 <i>Iluminasi (Illumination)</i>	27
2.2.5.4 <i>Verifikasi (Verification)</i>	27
2.2.6. <i>Penyutradaraan</i>	28
2.2.6.1 <i>Sutradara</i>	28
2.2.6.2 <i>Peran Sutradara</i>	29
2.2.6.2.1 <i>Pra-Produksi</i>	29
2.2.6.2.2 <i>Produksi</i>	30
2.2.6.2.3 <i>Pasca Produksi</i>	30
BAB III.....	32
METODE PEMBUATAN KARYA	32
3.1. Riset dalam pra produksi	32
3.1.1. Riset Literatur	32
3.1.2. Observasi.....	34
3.2. Deskripsi Karya	37
3.2.1 <i>Storytelling</i> dalam Perancangan <i>Video Company Profile</i>	39
3.2.2 Format Konten	40
3.2.3. Format Media.....	41
3.2.4. Volume Konten	42

3.2.5. Isi Pesan Karya.....	42
3.2.6. Target Audiens	43
3.2.7. Periode Publikasi Konten.....	47
3.2.8. Alur Perencanaan	48
BAB IV	49
PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	49
4.1 Pembahasan	49
4.1.1 Persiapan (<i>Preparation</i>)	51
4.1.2 Inkubasi (<i>Incubation</i>)	53
4.1.3 Pencerahan (<i>Illumination</i>)	53
4.1.4 Verifikasi (<i>Verification</i>)	54
4.1.4.1 Produksi.....	54
4.1.4.2 Pasca Produksi.....	54
4.1.5 Uraian Kinerja.....	55
4.1.6 Konsep <i>storytelling</i> pada Video	58
4.1.6.1 Konflik sebagai Pemicu Transformasi	58
4.1.6.2 Urgensi Adaptasi dan Validasi Data.....	59
4.1.6.3 Transisi “Masuk ke Mata” sebagai Gerbang Imajinasi	59
4.1.6.4 Tokoh Pekerja di Awal sebagai Benang Merah	60
4.1.6.5 Transisi <i>Masking</i> Tubuh untuk Alur <i>Smooth</i>	61
4.1.6.6 Penegasan Ruang (<i>Establishing Shot</i>).....	62
4.1.6.7 <i>Zoom Out</i> sebagai Penutup.....	63
4.1.7 Implementasi Sutradara Pada Proses Kreatif	63
4.1.7.1 Peran Sutradara Pada Tahap Pra Produksi	66
4.1.7.1.1 Membentuk Tim	66

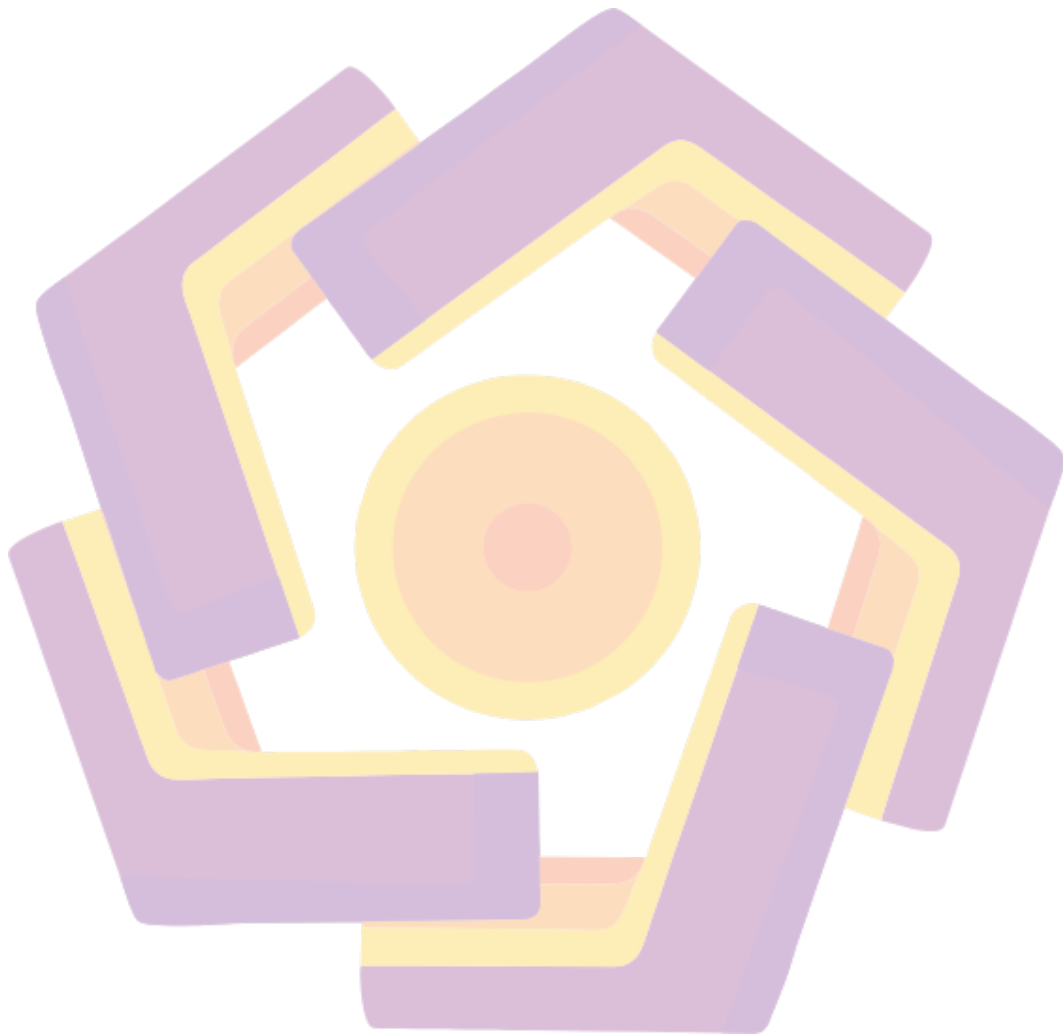
4.1.7.1.2 Menentukan Tema, Konsep Cerita dan Naskah	67
4.1.7.1.3 Diskusi Bersama Dosen Pembimbing.....	68
4.1.7.1.4 Bertemu Dengan Pihak Pascasarjana.....	69
4.1.7.1.5 Diskusi Bersama Tim	70
4.1.7.1.6 Pemantapan Konsep Melalui Referensi YouTube.....	71
4.1.7.1.7 Survei Lokasi (<i>Recce</i>).....	72
4.1.7.1.8 Pembuatan <i>Storyboard</i> dan Penyesuaian sesuai gaya visual	73
4.1.7.1.9 Presentasi Konsep video ke Pihak Pascasarjana.....	75
4.1.7.1.10 Bertemu Kameramen	76
4.1.7.1.11 Pemilihan <i>Talent</i>	78
4.1.7.1.12 Memberikan arahan kepada <i>Talent</i>	79
4.1.8 Sutradara Masa Produksi.....	81
4.1.8.1 Mempersiapkan proses <i>shooting</i>	82
4.1.8.2 Mengawasi Pengambilan Gambar	83
4.1.9 Sutradara Masa Pasca Produksi	85
4.1.9.1 Monitoring <i>Editing</i>	86
4.1.9.2 Penyusunan Narasi Visual Berdasarkan <i>Storyboard</i>	87
4.1.9.3 Pemantauan Proses Perekaman <i>Voice Over</i>	89
4.1.9.4 <i>Final Review</i> bersama Tim.....	90
4.1.9.5 Publikasi Video	91
4.2 Kendala dan Pemecahan Masalah	92
4.2.1 Kendala	92
4.2.2 Pemecahan Masalah	93
4.3 Link Publikasi.....	94
BAB V.....	95

PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Akademis	96
5.2.2 Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jadwal Kegiatan Pra Produksi.....	80
Tabel 4. 2 Jadwal Kegiatan Produksi.....	83
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan Pasca Produksi.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Terkoneksi Internet	1
Gambar 1.2 Digital Overview Report.....	3
Gambar 1. 3 Apa yang Terjadi pada Tutorspree dan Mengapa Gagal?	7
Gambar 1. 4 10 Perusahaan Besar Ini Ternyata Juga Bisa Bangkrut.....	8
Gambar 1. 5 Jumlah Pendaftar Mahasiswa Pascasarjana Amikom Periode 2021-2025.....	9
Gambar 1. 6 Izin Resmi Menyelenggarakan PJJ dari 2021	10
Gambar 1.7 Prestasi Alumni Pascasarjana Amikom di Kancan Internasional	11
Gambar 1.8 Prestasi mahasiswa Doktor Amikom pada APICTA/IEEE	12
Gambar 4.1 Konflik sebagai Pemicu Transformasi	58
Gambar 4.2 Data-data Pendukung.....	59
Gambar 4.3 Transisi Masuk ke Mata.....	59
Gambar 4.4 Pekerja sebagai Benang Merah.....	60
Gambar 4.5 Transisi <i>Masking</i>	61
Gambar 4.6 Establishing Shot	62
Gambar 4.7 Adegan Terakhir.....	63
Gambar 4.8 Membentuk Tim dan pembagian Job Desk.....	66
Gambar 4. 9 Instagram Pascasarjana Amikom Yogyakarta.....	67
Gambar 4.10 Diskusi bersama Dosen Pembimbing.....	68
Gambar 4.11 Bertemu Dengan Pihak Pascasarjana	69
Gambar 4.12 Diskusi dengan Tim.....	70
Gambar 4.13 Contoh Konsep di Youtube.....	71
Gambar 4.14 Survei Lokasi.....	72
Gambar 4.15 Storyboard	73
Gambar 4.16 Bertemu dengan Pihak Pascasarjana	75
Gambar 4.17 Bertemu Kameramen	76
Gambar 4. 18 Pemilihan Talent.....	78
Gambar 4. 19 Memberikan arahan kepada Talent.....	79
Gambar 4. 20 Persiapan Take.....	82
Gambar 4. 21 Mengawasi Pengambilan Gambar	83
Gambar 4.22 Monitoring Editing	86
Gambar 4. 23 Penyusunan narasi Visual sesuai Storyboard	87
Gambar 4.24 Pemantauan Proses Voice Over	89
Gambar 4. 25 Media Publikasi	91

DAFTAR LAMPIRAN

1). Tautan Karya.....	105
a). Instagram Resmi Pascasarjana.....	105
b). Youtube MTI Amikom.....	105
c). Sertifikat Hak Cipta (HKI)	105
2). Premis, Logline, Sinopsis.....	105
a). Premis	105
b). Logline.....	106
c). Sinopsis.....	106
3). Daftar Kru	107
4). Daftar Talent	107
5). Naskah.....	108
6). <i>Storyboard</i>	109
7). <i>Storyline</i>	113
8). <i>Shotlist</i>	115
9). Alat dan Kebutuhan.....	116
10). Kebutuhan Properti	117
11). Dokumentasi Publikasi.....	117
a). Publikasi Pada Akun Instagram.....	117
b). Publikasi Pada Youtube MTI Amikom	118
12). Dokumentasi	118
13). Bukti Hak Karya Intelektual (HKI).....	119
14). Turnitin.....	120

ABSTRACT

The rapid development of digital media and the high usage of Instagram in Indonesia, based on APJII data (2025), provide strategic opportunities for educational institutions to optimize audiovisual marketing communication. However, the Postgraduate Program of Universitas Amikom Yogyakarta is currently facing challenges, including a decline in the number of applicants and low public awareness of its program advantages. This research aims to design a company profile video using a Storytelling approach as an innovative medium for information and promotion. The creative process was carried out through the role of the director by systematically implementing Graham Wallas' theory of the creative process. In the Preparation stage, in-depth research and comparative studies of reference videos from other institutions were conducted to construct a relevant narrative structure. The Incubation and Illumination stages generated creative solutions in the form of imaginative visual metaphors and organic masking transition techniques as narrative bridges connecting professional realities with the character's future aspirations. Finally, the Verification stage functioned as a validation process for visual and audio elements to ensure that the message was delivered emotionally and persuasively. This work is expected to enhance the institution's image, strengthen brand awareness, and increase prospective students' interest in the Postgraduate Program of Universitas Amikom Yogyakarta.

Keywords: *Director, Company profile, Postgraduate Program of Universitas Amikom, Storytelling, Creative Process Theory*

ABSTRAK

Perkembangan media digital dan tingginya penggunaan Instagram di Indonesia berdasarkan data APJII 2025 membuka peluang strategis bagi institusi pendidikan untuk mengoptimalkan komunikasi pemasaran audiovisual. Namun, Pascasarjana Universitas Amikom Yogyakarta saat ini menghadapi tantangan berupa penurunan jumlah pendaftar serta rendahnya pemahaman publik terhadap keunggulan program studi. Penelitian ini bertujuan merancang video *company profile* dengan pendekatan *Storytelling* sebagai media informasi dan promosi yang inovatif. Proses penciptaan dilakukan melalui peran sutradara dengan mengimplementasikan teori proses kreatif Graham Wallas secara sistematis. Pada tahap *Preparation*, dilakukan riset mendalam dan studi komparatif terhadap referensi video institusi lain untuk membangun struktur narasi yang relevan. Tahap *Incubation* dan *Illumination* menghasilkan solusi kreatif berupa penggunaan metafora visual imajinatif serta teknik transisi *masking* organik sebagai jembatan naratif yang menghubungkan realitas kerja dengan aspirasi masa depan tokoh. Terakhir, tahap *Verification* menjadi proses validasi elemen visual dan audio guna memastikan pesan tersampaikan secara emosional dan persuasif. Karya ini diharapkan mampu meningkatkan citra institusi, *brand awareness*, serta minat calon mahasiswa terhadap Pascasarjana Universitas Amikom Yogyakarta.

Kata Kunci: Sutradara, *Company profile*, Pascasarjana Amikom, *Storytelling*, Teori Proses Kreatif