

**STRATEGI PERENCANA PRODUKSI DALAM *VIDEO*
COMPANY PROFILE MUSEUM MANDIRI SEBAGAI UPAYA
MEMBANGUN *DIGITAL BRANDING***

SKRIPSI

Oleh:

INTAN TIARA SIAHAAN

2271650047



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**STRATEGI PERENCANA PRODUKSI DALAM *VIDEO COMPANY*
PROFILE MUSEUM MANDIRI SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN
*DIGITAL BRANDING***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

INTAN TIARA SIAHAAN

2271650047



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia. Telp.
(021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: jisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Tiara Siahaan

NIM 2271650047

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"STRATEGI PERENCANA PRODUKSI DALAM VIDEO COMPANY PROFILE MUSEUM MANDIRI SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN DIGITAL BRANDING"** adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 3 Juli 2026





UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2 Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461 . Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
“STRATEGI PERENCANA PRODUKSI VIDEO COMPANY PROFILE MUSEUM
MANDIRI SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN DIGITAL BRANDING”

Oleh:

Nama : Intan Tiara Siahaan
No. Induk Mahasiswa : 2271650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 15 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)
NIDN: 0313119403

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)
NIDN: 0306108902

Dekan,

(Dr. Verdinand Robernia, M.Soc.Sc.)
NIDN: 0314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 25 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama :

Nama Mahasiswa : Intan Tiara Siahaan
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**Strategi Perencana Produksi Dalam Video Company Profile Museum Mandiri Sebagai Upaya Membangun Digital Branding**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Ketua	
2. Singgih Sasongko, S. IP., M.Si.	Sebagai Anggota	
3. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 3 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2 Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461 . Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Intan Tiara Siahaan
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Perencana Produksi *Video Company Profile*
Museum Mnadiri Sebagai Upaya Membangun *Digital Branding*

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 25 Juni 2026.

Jakarta, 15 Juli 2026

Menyetujui:
Ketua Sidang/Penguji I

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.)

Penguji II

Penguji III

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: sisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Intan Tiara Siahaan
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650047
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi Karya
Judul Skripsi : Strategi Perencana Produksi Dalam *Video Company Profile*
Museum Mandiri Sebagai Upaya Membangun *Digital*
Branding

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 3 Juli 2026
Yang menyatakan,


Intan Tiara Siahaan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga proposal skripsi karya berjudul "Strategi Perencana Produksi dalam Merancang Video *Company Profile* Museum Mandiri sebagai Upaya Membangun *Branding Digital* melalui Konsep *Storybrand* ini dapat diselesaikan. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Proyek ini berupa video *company profile* bagi Museum Mandiri ini dirancang untuk membangun citra lembaga budaya yang modern, edukatif, dan relevan di mata Generasi Z. Melalui peran penulis sebagai *planner*, produksi ini menerapkan konsep *StoryBrand* oleh Donald Miller yang menempatkan audiens sebagai tokoh utama (*Hero*) dan museum sebagai pemandu (*Guide*). Penulis menyadari bahwa keberhasilan pra-produksi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada

Ketua Prodi Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia, yang telah memberikan arahan, dukungan, serta fasilitas administrasi yang baik bagi kelancaran studi akademik penulis. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan telah meluangkan waktu serta mencurahkan ilmu berharganya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan berharga kepada penulis dalam menyempurnakan proposal skripsi karya ini.

Dosen Penguji, yang telah mem berikan evaluasi, kritik, saran, serta koreksi yang sangat membangun demi meningkatkan kualitas dan bobot ilmiah dari proposal skripsi karya ini, Teruntuk

cinta pertama sekaligus penyemangat penulis, Bapak dan Mamah Tercinta. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, serta perjuangan yang tidak pernah lelah demi putri bungsumu ini. Meskipun papah dan mamah tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun dengan kerja keras, pengorbanan, dan ketulusan hati yang luar biasa, kalian telah membuktikan keberhasilan besar dengan mengantarkan semua anak anaknya menjadi lulusan sarjana.

Teruntuk abang dan kakak tercinta, Abang Laurens, Elan, Kak Dewi. Terima kasih telah menjadi ruang aman, pelindung, dan tempat bersandar yang begitu hangat selama penulis kuliah. Teruntuk keponakan kecil tercinta, Lyora. Penulis merasa sangat beruntung memiliki Lyora yang selalu menjadi alasan penulis untuk tersenyum kembali. Di saat penulis merasa sangat lelah, jenuh, dan tertekan dalam menyusun proposal skripsi ini, kehadiran, tingkah lucu, dan tawa ceria Lyora selalu berhasil menjadi obat penawar dan penyemangat yang luar biasa. Teruntuk sahabat-sahabat terbaik penulis di luar dunia perkuliahan, Chavva, Nadiyah, Nanda, dan Irfan. Terima kasih banyak karena telah menjadi support system yang luar biasa dan selalu ada di setiap fase hidup penulis. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis, mulai dari masa-masa sekolah hingga kini penulis sudah bersiap menyandang gelar sarjana.

Teruntuk Moody, Maria, Hayu, Belinda, Jolie, Rahel, Gabriela Perjuangan ini terasa jauh lebih ringan karena telah menjadi bagian paling berwarna dalam perjalanan kuliah penulis. Penulis merasa sangat beruntung dan bersyukur dipertemukan dengan kalian di satu jurusan dan kelas yang sama, hingga bisa melewati segala lika-liku, tawa, serta suka duka dunia perkuliahan dari awal maba hingga saat ini.

Teruntuk sahabat-sahabat magang yaitu Beos Intern. Terima kasih banyak atas kehadiran kalian yang luar biasa di dalam perjalanan hidup penulis. Kalian hadir tepat di waktu penulis lagi pusing-pusingnya menjadi mahasiswa akhir yang sedang berada di titik lelah karena urusan skripsi dan tekanan lainnya. Meskipun kita baru saja dipertemukan dan waktu kebersamaan kita terhitung baru, penulis merasa sangat beruntung dan bersyukur bisa mengenal kalian. Kehadiran kalian membuktikan bahwa kenyamanan dala

m bersahabat tidak selalu soal seberapa lama kita saling mengenal, melainkan seberapa tulus kita saling mendukung dan menguatkan satu sama lain.

Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus, yang selalu ada dalam langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terimakasih karena selalu menjadi sumber kekuatan, pengharapan di tengah ketidakpastian, serta menjadi satu-satunya tempat cerita yang paling setia mendengarkan tangisan dan keluh kesah penulis di setiap jam 3 pagi tentang segala pergumulan dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah menuntun langkah penulis yang rapuh hingga akhirnya engkau memberikan semua indah pada waktu-Nya.

Intan Tiara Siahaan, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak boleh lelah untuk mencoba. God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.

Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih. Tuhan memberkati.

Jakarta 05 Juni 2026

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
HALAMAN KEASLIAN PERNYATAAN DAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK... ..	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Penciptaan Karya	1
1.2 Rumusan Penciptaan Karya.....	3
1.3 Tujuan Penciptaan Karya.....	4
1.4 Manfaat Penciptaan Karya	4
1.5 Tinjauan Pustaka.....	5
1.5.1 Company profile.....	6
1.5.3 Digital Branding.....	8
1.5.4 Planner.....	9
1.5.5 Karya Terdahulu.....	10
BAB II RANCANGAN PENCIPTA KARYA.....	14
2.1 Deskripsi Karya.....	14
2.2 Rancangan Konsep Kreatif.....	15
2.3 Perencanaan Konsep Teknis.....	25
2.4 Objek Karya	27

2.5 Target Publikasi	28
2.6 Sumber Daya	28
BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA.....	33
3.1 Pelaksanaan Penciptaan Karya.....	33
3.2 Pembahasan Karya	35
3.3 Analisis Karya	46
3.4 Evaluasi Penciptaan Karya.....	51
3.4.1 Timeline Terbaru.....	55
3.4.2 Personel Terbaru	58
3.4.3 Laporan Anggaran.....	60
BAB IV PENUTUP.....	62
4.1 Kesimpulan.....	62
4.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	66
Lampiran 1 Surat permohonan pembuatan video comprof.....	66
Lampiran 2 Surat izin pembuatan video comprof.....	67
Lampiran 3 Surat perizinan peminjaman alat.....	68
Lampiran 4 Surat izin drone.....	69
Lampiran 5 Surat Publikasi.....	70
Lampiran 6 Dokumentasi.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Karya Terdahulu	11
Tabel 2. 1 Deskripsi Karya	14
Tabel 2. 2 <i>Storyline</i>	17
Tabel 2. 3 <i>Storyboard</i>	20
Tabel 2. 4 Detail Peran Personel Tim	27
Tabel 2. 5 Rincian Produksi	29
Tabel 2. 6 Rincian Waktu	30
Tabel 3. 1 Storyboard	36
Tabel 3. 2 Analisis SWOT	45
Tabel 3. 3 Timeline Terbaru	53
Tabel 3. 4 Personel Terbaru	56
Tabel 3. 5 Laporan Anggaran	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tripod	24
Gambar 2. 2 Kamera	25
Gambar 2. 3 <i>wireless mic</i>	25
Gambar 2. 4 Lighting	25
Gambar 2. 5 Drone	26
Gambar 2. 6 Gimbal	26



ABSTRAK

Banyak anak muda, terutama Generasi Z, masih melihat museum sebagai tempat yang kurang interaktif, konvensional bagi generasi z. Inilah alasan di balik pembuatan video *company profile* untuk Museum Mandiri yang berada di area Kota Tua, Jakarta. Dalam karya ini, penulis berfungsi sebagai Perencana Produksi yang bertugas membuat strategi komunikasi agar pesan sejarah yang disampaikan menjadi lebih menarik bagi anak muda. Strategi yang dipakai dalam pembuatan video ini adalah konsep *StoryBrand* yang dikembangkan oleh *Donald Miller*. Dengan cara ini, alur cerita sengaja dibalik museum tidak lagi menonjolkan kehebatannya sendiri, tetapi justru menjadikan pengunjung dari Generasi Z sebagai tokoh utama yang sedang mencari pengalaman baru. Sementara itu, Museum Mandiri hadir sebagai pemandu yang menawarkan pengalaman menarik melalui berbagai fasilitas interaktifnya. Seperti *Roleplay Zone*, ruang imersif 360 derajat Nawa Fantasia, area komunitas *Common Space*, hingga *de terras*. Dalam pelaksanaannya, proses produksi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Sebagai planner, penulis menghadapi berbagai tantangan nyata di lapangan. Ini termasuk masalah birokrasi dalam mendapatkan izin yang bisa memakan waktu cukup lama, serta harus merevisi draf *storyboard* berkali-kali agar durasi video tidak terlalu panjang. Namun, berkat kerja sama tim yang kuat dan kemampuan untuk bernegosiasi, proyek ini berhasil mengurangi biaya produksi dengan mendapatkan fasilitas dan pinjaman alat secara gratis dari pihak museum. Hasil akhir dari proyek ini adalah sebuah video *company profile* yang sinematik dan modern, berdurasi enam menit, dengan judul "Menjelajahi Sejarah, Membangun Masa Depan". Setelah melakukan evaluasi dan analisis SWOT, video ini menunjukkan bahwa videonya dapat menyesuaikan diri dan gaya ceritanya sangat kuat. Ini menjadikannya sebagai alat yang baik untuk *digital branding*, terutama di media sosial seperti Instagram. Dengan karya ini, citra Museum Mandiri berhasil diubah menjadi ruang publik yang penuh kehidupan, mendidik, kreatif, dan sangat sesuai dengan tren anak muda saat ini.

Kata Kunci: *Digital Branding, Generasi Z, Museum Mandiri, Perencana Produksi, StoryBrand, Video Company Profile*

ABSTRACT

Many young people, especially Generation Z, still view museums lack of interactivity, conventional, and less appealing to gen z. This stereotype is the main reason behind the creation of a company profile video for Museum Mandiri, located in the Kota Tua area of Jakarta. In this project, the author took on the role of a Production Planner, responsible for designing a communication strategy to make the historical messages more appealing to the younger generation. The strategy used in making this video is the StoryBrand framework developed by Donald Miller. Through this approach, the narrative structure is reversed: the museum no longer boasts about its own institutional greatness, but instead positions Generation Z visitors as the main characters (Heroes) who are looking for new experiences. Meanwhile, Museum Mandiri acts as a guide (Guide) that offers an exciting plan through its various interactive facilities, such as the Roleplay Zone, the 360-degree immersive room Nawa Fantasia, the Common Space community area, and Teras Kopi. In practice, the production process was divided into three stages: pre-production, production, and post-production. As a planner, the author faced several real challenges on the ground. These included bureaucratic hurdles in securing permits, which took a significant amount of time, as well as having to revise the storyboard drafts repeatedly to keep the video concise. However, thanks to solid team collaboration and good negotiation skills, the project managed to cut production costs by securing free facility access and equipment loans directly from the museum. The final result of this project is a 6-minute, modern cinematic company profile video titled "Menjelajahi Sejarah, Membangun Masa Depan" (Exploring History, Building the Future). Based on the evaluation and SWOT analysis, the video has proven to have highly adaptive visuals and a powerful storytelling style. This makes it an effective tool for digital branding, especially on social media platforms like Instagram. Through this work, Museum Mandiri's image has been successfully transformed into a lively, educational, and creative public space that perfectly aligns with today's youth trends.

Keywords: *Company Profile Video, Digital Branding, Generation Z, Museum Mandiri, Production Planner, StoryBrand*