

**IMPLEMENTASI VIDEO *COMPANY PROFILE* YAYASAN POKOK  
KEGIRANGAN BANGSA (YPKB) UNTUK OPTIMALISASI MEDIA  
*BRANDING* SEKOLAH**

SKRIPSI KARYA

Oleh:

HARIMAN SIREGAR  
2271650115



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA

2026

**IMPLEMENTASI VIDEO *COMPANY PROFILE* YAYASAN POKOK  
KEGIRANGAN BANGSA (YPKB) UNTUK OPTIMALISASI MEDIA  
*BRANDING* SEKOLAH**

**SKRIPSI KARYA**

Diajukan untuk memenuhi syarat dalam menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

**HARIMAN SIREGAR**  
2271650115



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN 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: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hariman Siregar  
NIM : 2271650115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul  
**"IMPLEMENTASI VIDEO COMPANY PROFILE YAYASAN POKOK  
KEGIRANGAN BANGSA (YPKB) UNTUK OPTIMALISASI MEDIA  
BRANDING SEKOLAH"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir 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.

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

Jakarta, 2 Juli 2026



Hariman Siregar



**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](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**"IMPLEMENTASI VIDEO *COMPANY PROFILE* YAYASAN POKOK  
KEGIRANGAN BANGSA (YPKB) UNTUK OPTIMALISASI MEDIA  
*BRANDING SEKOLAH*"**

Oleh:

Nama : Hariman Siregar

NIM : 2271650115

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju  
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui:

Pembimbing,

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

NIDN:0327046808

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

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

NIDN: 0306108902

Dekan,



(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc.Sc)

NIDN: 3140388602



**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](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada tanggal 23 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 : Hariman Siregar

NIM : 2271650115

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"IMPLEMENTASI VIDEO COMPANY PROFILE YAYASAN POKOK KEGIRANGAN BANGSA (YPKB) UNTUK OPTIMALISASI MEDIA BRANDING SEKOLAH"**

oleh Tim Penguji yang terdiri dari:

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

Jakarta, 2 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: [lisipol@uki.ac.id](mailto:lisipol@uki.ac.id), [sekretariatlisipol@gmail.com](mailto:sekretariatlisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Nama : Hariman Siregar  
NIM : 2271650115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : **"IMPLEMENTASI VIDEO COMPANY PROFILE  
YAYASAN POKOK KEGIRANGAN BANGSA (YPKB)  
UNTUK OPTIMALISASI MEDIA BRANDING SEKOLAH"**

Telah memperbaiki Skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 23 Juni 2026

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui:

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si.

Penguji II

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

Penguji III

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

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: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hariman Siregar  
NIM : 2271650115  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi Karya  
Judul : **"IMPLEMENTASI VIDEO COMPANY PROFILE  
YAYASAN POKOK KEGIRANGAN BANGSA (YPKB)  
UNTUK OPTIMALISASI MEDIA BRANDING  
SEKOLAH"**

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 penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-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, 2 Juli 2026

Yang menyatakan



Hariman Siregar

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikannya sehingga skripsi karya yang berjudul “Implementasi *Video company profile* Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB) Untuk Optimalisasi Media *branding* Sekolah ”

Skripsi karya ini menjelaskan tentang peran implementer dalam pembuatan *Video company profile* Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB). Skripsi karya ini tentu tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Pertama, Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi karya ini.

Kedua, Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Ketua program studi Ilmu Komunikasi, serta Bapak Dr. Verdinand Robertua, M.Soc.Sc. selaku Dekan FISIPOL, dan seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, dan dukungan selama masa perkuliahan.

Ketiga, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada kak Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku Dosen Penguji yang telah memberi kritik, saran, serta masukan yang membangun selama proses ujian sidang skripsi karya sehingga dapat menyelesaikan dengan lebih baik.

Keempat, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada Ibu Dr. Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, arahan, serta masukan yang sangat bermanfaat selama proses ujian sidang skripsi karya, masukan yang diberikan menjadi bahan evaluasi sehingga skripsi karya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kelima, Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB), Selaku mitra kerja sama dalam pembuatan karya *Video company profile*, khususnya kepada Mrs. Stella Irene Widjojo selaku *Head Master*, beserta seluruh guru yang turut terlibat dalam proses produksi.

Keenam, Keluarga tercinta, Mama, Bapak disurga, Abang, dan Adik yang selalu memberikan dukungan, Doa, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi karya ini.

Ketujuh, Khususnya kepada abang terkeren Luat siregar, dan mama yang terbaik di dunia yang telah menjadi sosok paling berperan dalam perjalanan studi ini. Segala bentuk dukungan, pengorbanan, dan kasih sayangnya menjadi kekuatan besar bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini dengan penuh semangat.

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

Jakarta, 30 Juni 2026



## DAFTAR ISI

|                                                       |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....                  | ii   |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....              | iii  |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....             | iv   |
| PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....                | v    |
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR..... | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                                   | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                       | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                 | xiii |
| ABSTRAK .....                                         | xiv  |
| ABSTRACT .....                                        | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                | 1    |
| 1.1 Latar Penciptaan Karya .....                      | 1    |
| 1.2 Rumusan Penciptaan Karya .....                    | 5    |
| 1.3 Tujuan Penciptaan Karya .....                     | 6    |
| 1.4 Manfaat Penciptaan Karya .....                    | 6    |
| 1.5 Tinjauan Pustaka .....                            | 7    |
| 1.5.1 Peran Implementer .....                         | 7    |
| 1.5.2 Video <i>company profile</i> .....              | 10   |
| 1.5.3 Media <i>Branding</i> .....                     | 12   |
| 1.5.5 Karya Terdahulu .....                           | 13   |
| 1.5.6 Referensi Karya.....                            | 14   |
| BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA .....               | 18   |
| 2.1. Deskripsi Karya.....                             | 18   |
| 2.1.1. Rancangan konsep kreatif .....                 | 19   |
| 2.1.2. Sinopsis .....                                 | 19   |
| 2.1.3. Personal .....                                 | 20   |
| 2.1.4. <i>Wishlist</i> .....                          | 21   |
| 2.1.5 Anggaran .....                                  | 22   |
| 2.1.6 Sponsorship .....                               | 22   |
| 2.1.7. Tabel <i>Timeline</i> .....                    | 23   |
| 2.2. Objek Karya .....                                | 24   |
| 2.3. Target Publikasi.....                            | 26   |
| BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA .....       | 28   |
| 3.1. Pelaksanaan Penciptaan Karya.....                | 28   |
| 3.2. Pembahasan Karya .....                           | 33   |
| 3.3. Analisis Karya .....                             | 37   |
| 3.3.1. Analisis SWOT .....                            | 37   |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 3.4. Evaluasi Penciptaan Karya.....                 | 41        |
| 3.4.1. Evaluasi <i>Wishlist</i> .....               | 41        |
| 3.4.2. Evaluasi Rincian Anggaran Terbaru.....       | 46        |
| 3.4.3. Evaluasi Tabel <i>Timeline</i> Terbaru ..... | 47        |
| 3.4.4. Evaluasi Target Publikasi .....              | 49        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                         | <b>66</b> |
| 4.1. Kesimpulan .....                               | 66        |
| 4.2. Saran.....                                     | 68        |
| 4.2.1. Saran Akademis.....                          | 68        |
| 4.2.2. Saran Praktis .....                          | 69        |
| 4.2.3. Saran Sosial.....                            | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                          | <b>71</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                | <b>73</b> |



## DAFTAR TABEL

|             |                                                |    |
|-------------|------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1  | Referensi Karya.....                           | 14 |
| Tabel 2. 1  | Deskripsi Karya.....                           | 18 |
| Tabel 2. 2  | Deskripsi dan Target dari setiap personal..... | 20 |
| Tabel 2. 3  | Wishlist.....                                  | 21 |
| Tabel 2. 4  | Rinciann Anggaran Produksi.....                | 22 |
| Tabel 2. 5  | Sponsorship .....                              | 23 |
| Tabel 2. 6  | Time Line .....                                | 23 |
| Tabel 3. 1. | Pelaksanaan Penciptaan Karya.....              | 28 |
| Tabel 3. 2. | Evaluasi Wishlist.....                         | 41 |
| Tabel 3. 3. | Rincian Anggaran Terbaru.....                  | 46 |
| Tabel 3. 4. | Evaluasi Tabel Timeline Terbaru.....           | 47 |
| Tabel 3. 5. | Analisis Relvansi Platform.....                | 52 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1. <i>Platform</i> YouTube dan Instagram.....          | 35 |
| Gambar 3.2. Hasil Wawancara Daring <i>Via Zoom Online</i> ..... | 62 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                                           |    |
|-------------|-----------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. | Dokumen Perjanjian Kerja Sama (Memorandum of Agreement) . | 73 |
| Lampiran 2. | Dokumen Implementation Arrangement (IA) .....             | 82 |
| Lampiran 3. | Surat Bebas Hak Cipta Lagu .....                          | 86 |
| Lampiran 4. | Surat Publikasi Video .....                               | 87 |
| Lampiran 5. | Dokumentasi selama Penciptaan Karya .....                 | 88 |



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong lembaga pendidikan untuk memanfaatkan media komunikasi visual sebagai strategi membangun citra dan meningkatkan daya saing. Salah satu media yang efektif adalah video *company profile* yang mampu menyampaikan identitas, keunggulan, serta nilai-nilai institusi secara informatif dan menarik. Karya ini bertujuan mengimplementasikan video *company profile* sebagai media *branding* strategis bagi Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB) serta mengoptimalkan peran Implementer dalam proses produksi, evaluasi, dan distribusi video. Metode penciptaan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, pascaproduksi, hingga distribusi pada platform digital. Implementer berperan dalam mengoordinasikan proses produksi, melakukan *quality control*, mengevaluasi hasil penyuntingan, mengarahkan revisi berdasarkan masukan mitra, serta menyusun strategi distribusi sesuai karakteristik media. Video dirancang menggunakan visual sinematik yang mengintegrasikan identitas institusi, nilai-nilai Kristiani, keunggulan program, fasilitas, serta aktivitas peserta didik untuk membangun komunikasi yang informatif dan emosional. Hasil implementasi menunjukkan bahwa video berhasil memperkuat *branding* YPKB melalui publikasi pada Instagram dan YouTube. Berdasarkan analisis performa media sosial, video memperoleh 545 penayangan, 134 tanda suka, dan 30 komentar di YouTube, serta 7.615 penayangan, 458 tanda suka, 82 komentar, 66 kali disimpan, dan 151 kali dibagikan di Instagram Reels. Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi distribusi yang diterapkan mampu meningkatkan jangkauan, keterlibatan audiens, serta memperkuat citra profesional Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa. Dengan demikian, video *company profile* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media *branding* dan komunikasi strategis yang efektif dalam memperkuat identitas serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan di era digital.

**Kata kunci:** Implementer, media *branding*, video *company profile*.

## ABSTRACT

*The rapid development of digital technology has encouraged educational institutions to utilize visual communication media as a strategic tool to strengthen their institutional image and enhance competitiveness. One of the most effective media is a company profile video, which is capable of presenting an institution's identity, strengths, and values in an informative and engaging manner. This creative project aims to implement a company profile video as a strategic branding medium for Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB) while optimizing the role of the implementer throughout the production, evaluation, and distribution processes. The creation process consisted of pre-production, production, post-production, and digital distribution stages. The implementer was responsible for coordinating the production process, conducting quality control, evaluating the editing results, directing revisions based on client feedback, and developing an appropriate distribution strategy according to the characteristics of each digital platform. The video was designed using combined with cinematic visuals that integrate the institution's identity, Christian values, educational excellence, facilities, and student activities to deliver informative and emotionally engaging communication. The implementation results indicate that the company profile video successfully strengthened YPKB's institutional branding through publication on Instagram and YouTube. Based on social media performance analysis, the video achieved 545 views, 134 likes, and 30 comments on YouTube, while the Instagram Reels version generated 7,615 views, 458 likes, 82 comments, 66 saves, and 151 shares. These findings demonstrate that the implemented distribution strategy effectively increased audience reach, engagement, and the professional image of Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa. Therefore, the company profile video functions not only as a promotional medium but also as an effective strategic branding and communication tool for strengthening institutional identity and enhancing public trust in educational institutions in the digital era.*

**Keywords:** *company profile video, Implementer, media branding.*