
Implementasi Gaya Penyutradaraan Interpretator dalam Pembuatan Video *Company Profile* Educourse

Alifia Farah Noviyanti¹, Bayu Suriaatmaja Suwanda²

^{1,2}Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

E-mail: alifiarah@apps.ipb.ac.id¹, bayu.suwanda@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 14 Mei 2025

Revised: 30 Juli 2025

Accepted: 02 Agustus 2025

Keywords: sutradara, gaya penyutradaraan, interpretator, company profile

Abstract: Gaya penyutradaraan merupakan pendekatan atau cara yang digunakan oleh sutradara dalam mengelola dan mengarahkan elemen-elemen teknis dan artistik pada proses produksi sebuah karya audiovisual. Proyek akhir ini berfokus untuk memproduksi video company profile Educourse dengan mengimplementasikan gaya penyutradaraan interpretator. Sutradara menerapkan gaya penyutradaraan interpretator kepada tim produksi, talent, dan pihak Educourse di seluruh tahapan produksi. Penerapan gaya penyutradaraan interpretator ini menghasilkan video company profile dengan kesan humanis serta efek emosional yang kuat melalui kebebasan talent dalam berimprovisasi dan berekspresi serta kreatifitas dari tim produksi. Gaya penyutradaraan ini juga memperkuat isi pesan yang disampaikan dalam video company profile untuk membantu meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata publik.

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah melahirkan berbagai teknologi yang memudahkan penggunaannya memenuhi kebutuhan di seluruh sektor kehidupan. Hadirnya teknologi saat ini dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan atau instansi sebagai salah satu strategi untuk melakukan promosi. Promosi adalah kegiatan mendorong dan mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan oleh penjual (Larika & Ekowati, 2020). Promosi yang efektif dapat mempengaruhi tindakan atau perilaku konsumen dalam memilih dan menggunakan produk. Untuk melakukan promosi, diperlukan media yang efektif sebagai alat penghubung pesan kepada target audiens, salah satunya adalah media audio visual.

Media audio visual merupakan media yang menggabungkan elemen suara dan gambar dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi (Rahmi, 2022). Keunggulan media audio visual yang mengombinasikan elemen visual dan audio mampu memperkuat isi pesan, sehingga lebih efektif dalam menarik perhatian audiens dibandingkan bentuk penyampaian yang hanya berbasis teks (A'yunnina & Rofifah, 2024).

Video *company profile* adalah salah satu bentuk media audio visual yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanan dari suatu perusahaan, instansi, maupun lembaga pendidikan (Hidayath *et al.*, 2024). Video *company profile* dirancang untuk mempresentasikan identitas perusahaan, visi, misi, produk atau layanan yang ditawarkan, serta

nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan secara menarik dan informatif (Valentino & Hardiansyah, 2020). Video *company profile* tak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi bisnis kepada pihak eksternal.

PT Maleo Edukasi Teknologi atau Educourse merupakan *platform* pendidikan yang mengimplementasikan kurikulum internasional berbasis STEAM (*Science, Technology, Engineering, Art, dan Mathematics*) dengan menggabungkan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) dan AR (*Augmented Reality*). Sebagai penyedia layanan pendidikan dan pembelajaran, Educourse membutuhkan video *company profile* untuk memperkenalkan dan mempromosikan kepada target audiens yang lebih luas, yakni siswa, guru, dan institusi pendidikan

Pada proses produksi video *company profile* membutuhkan peran sutradara yang bertindak sebagai pemimpin dalam mengelola, merancang, dan mengkoordinasikan seluruh elemen produksi. Sutradara didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk merancang serta mengatur visi kreatif, baik dari segi visual maupun naratif (Alberto *et al.*, 2021). Seorang sutradara memiliki gaya penyutradaraan yang khas dalam mengatur dan mengarahkan seluruh tahapan produksi.

Gaya penyutradaraan merupakan pendekatan sutradara dalam memimpin tim produksi, memandu *talent*, serta mengelola elemen visual dan naratif dalam karya yang dibuat (Hastuti *et al.*, 2020). Sutradara mengimplementasikan gaya penyutradaraan interpretator dalam pembuatan video *company profile* Educourse. Gaya penyutradaraan interpretator merupakan gaya sutradara yang mengedepankan peran kru dan talent sebagai kreator, sementara sutradara hanya seorang supervisor atau pengamat produksi (Andrew, 2023).

Penerapan gaya penyutradaraan interpretator oleh sutradara mampu menghasilkan karya dengan efek emosional dan kekuatan karakter yang lebih kuat serta isi pesan menarik dan menyentuh. Oleh karena itu, penulis sebagai sutradara ingin mewujudkan dan mengimplementasikan gaya penyutradaraan interpretator dalam pembuatan video *company profile* Educourse. Hasil video *company profile* Educourse diharapkan dapat menjadi media informasi, publikasi, dan promosi digital untuk meningkatkan *brand awareness*, menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, serta membangun citra dan kredibilitas di mata publik.

METODE

Pelaksanaan produksi video *company profile* Educourse berlangsung selama empat bulan sejak Februari 2025 sampai dengan Mei 2025. Proses pengambilan gambar dan video berlangsung di PT Maleo Edukasi Teknologi yang berlokasi di Intermark Indonesia Ruko 8, Jl. Lkr. Timur, Rawa Mekar Jaya, BSD City, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310.

Tahapan pelaksanaan atau prosedur kerja dari pembuatan video *company profile* Educourse dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
Pengumpulan data atau riset dilakukan dengan wawancara pihak Educourse, observasi melalui *website* resmi Educourse dan media sosial, serta menganalisis video *company profile* terdahulu.
2. *Brainstorming*
Sutradara bersama *script writer*, *videographer*, dan editor melakukan *brainstorming* untuk mengumpulkan dan menyatukan berbagai perspektif dan ide berlandaskan pada data dan informasi yang telah terkumpul.
3. Pengembangan Konsep dan Penulisan Naskah
Konsep visual, alur cerita, dan isi pesan dikembangkan melalui naskah oleh *script writer*. Naskah tersebut selanjutnya akan dikirim untuk dimintai persetujuan pihak Educourse.

4. Pembuatan *Storyboard* dan *Shotlist*
Naskah yang telah disetujui dibuat *storyboard* dan *shotlist* sebagai panduan utama dalam pengambilan video oleh *videographer*.
5. Pengambilan Gambar dan Video
Videographer melakukan proses pengambilan gambar dan video sesuai dengan naskah serta *storyboard* yang telah disusun dengan memperhatikan komposisi gambar, pencahayaan, dan gerakan kamera.
6. Perekaman Suara
Proses perekaman suara dilakukan untuk menyampaikan pesan atau informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan.
7. *Editing* dan *Screening*
Proses *editing* dilakukan dengan menyusun dan memotong klip video, menambahkan efek dan animasi, dan *color grading*. Hasil video *company profile* selanjutnya didistribusikan ke pihak Educourse untuk ditinjau ulang atau *screening* sebelum ke tahap publikasi. Apabila terdapat saran dan masukan akan dicatat dan masuk ke tahap revisi.
8. *Publishing*
Video *company profile* yang sudah selesai direvisi langsung didistribusikan ke pihak Educourse untuk dipublikasikan di akun media sosial Youtube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Video *company profile* Educourse merupakan karya desain produk dalam bentuk audio visual berdurasi 6 menit yang dibuat sebagai media promosi dan penyebaran informasi untuk membantu meningkatkan *brand awareness*, memperkuat identitas Educourse, serta memperluas kemitraannya kepada calon konsumen, yakni sekolah jenjang SD-SMA, siswa, tenaga pendidik, dan masyarakat. Pada proses produksi video *company profile* Educourse tak terlepas dari peran seorang sutradara. Sutradara merupakan individu yang bertanggung jawab pada elemen produksi, baik visual maupun estetika di seluruh tahapan produksi mulai dari praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

Pada tahap praproduksi, sutradara bertanggung jawab dalam pengembangan konsep dan naskah bersama dengan *script writer*. Sutradara juga melakukan koordinasi bersama dengan pihak Educourse untuk memaparkan hasil konsep yang telah dibuat dan meminta persetujuan produksi. Selain itu, sutradara membantu dalam *videographer* pada penyusunan *storyboard* dan *shotlist*. Kedua komponen tersebut penting sebagai panduan dalam proses pengambilan gambar dan video yang terdiri dari *blocking* kamera, *angle*, dan *focal length*.

Masuk ke tahap produksi, sutradara bertanggung jawab dalam mengatur, mengarahkan, dan mengawasi seluruh jalannya proses syuting serta memberikan *treatment* kepada *talent* di setiap adegan. Pada tahap ini sutradara juga melakukan proses *monitoring* dari setiap adegan yang telah diambil untuk memastikan kualitas visualnya. Sutradara turut memantau proses perekaman suara agar pesan yang disampaikan sesuai tujuan dengan memerhatikan intonasi suara dan gaya penyampaiannya.

Pada tahap pascaproduksi sutradara bekerja sama dengan *script writer* dan editor dalam proses *editing* video *company profile*. Tahap *editing* ini terbagi menjadi dua, yakni *editing offline* dan *editing online*. Selama proses penyuntingan, sutradara mengontrol dan mengarahkan editor agar susunan *footage* video sesuai dengan naskah dan *shotlist* yang telah dibuat sebelumnya. Sutradara juga melakukan *screening* video *company profile* bersama dengan tim produksi untuk mengamati dan mengecek secara keseluruhan kesesuaiannya dengan konsep. Hasil final video *company profile* selanjutnya didistribusikan dan dipublikasikan oleh pihak Educourse pada media sosial YouTube.

Implementasi Gaya Penyutradaraan Interpretator dalam Pembuatan Video *Company Profile* Educourse

Sutradara harus menerapkan gaya penyutradaraan dalam memproduksi suatu karya. Gaya penyutradaraan mencerminkan pendekatan kreatif yang digunakan oleh sutradara dalam mengelola elemen teknis dan artistik, serta bagaimana mengarahkan tim produksi dan *talent* untuk mewujudkan visi yang telah dirancang. Pada pembuatan video *company profile* Educourse, sutradara menggunakan gaya penyutradaraan interpretator. Gaya penyutradaraan interpretator atau yang dikenal dengan gaya penyutradaraan *Laissez Faire* merupakan pendekatan seorang sutradara dengan memberikan ruang bebas berkreatif dan berekspresi. Dalam hal ini, sutradara hanya berperan sebagai pengamat atau observer selama proses produksi berlangsung.

Gaya penyutradaraan interpretator diterapkan ke seluruh tahapan produksi mulai dari praproduksi hingga pascaproduksi. Sutradara sebagai seorang pemimpin mengimplementasikan gaya penyutradaraan kepada seluruh pihak yang terlibat pada produksi video *company profile* Educourse. Gaya penyutradaraan ini diimplementasikan ke tim produksi yang terdiri dari *script writer*, *videographer*, dan editor. Sutradara memberikan kesempatan kepada *script writer* untuk mengembangkan ide kreatifnya dalam pembuatan naskah dengan menggunakan metode dan model penulisan serta pilihan kata apapun. Hal yang sama berlaku pada *videographer* pada proses pengambilan gambar tidak harus selalu mengikuti arahan dari sutradara secara keseluruhan. *Videographer* hanya perlu menyesuaikan dengan *shotlist* serta situasi di lokasi syuting. Sutradara juga memberikan kebebasan bagi editor dalam menyunting video *company profile*. Editor dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam aspek *editing* seperti musik, *voice over*, efek transisi, *motion graphic*, dan *color grading*. Meskipun tim produksi bebas menyalurkan kreatifitas, sutradara tetap memberikan arahan dan instruksi agar proses produksi berjalan lancar dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan.

Gaya penyutradaraan interpretator juga diimplementasikan sutradara kepada *talent*, yakni kepala sekolah, orang tua, dan siswa yang menggunakan layanan Educourse melalui wawancara secara langsung. Sutradara memberikan kebebasan kepada mereka untuk berimprovisasi menyampaikan pandangannya masing-masing terhadap sistem pembelajaran Educourse tanpa terikat oleh naskah. Sutradara dalam hal ini hanya membantu mengarahkan konteks pembahasan yang dimaksud agar tidak keluar dari konsep.

Implementasi gaya penyutradaraan interpretator yang dilakukan sutradara ini efektif menghasilkan video *company profile* dengan kesan yang lebih orisinal dan khas. Kebebasan kreatifitas yang dituangkan oleh tim produksi memperkaya kualitas narasi dan konsep dalam video *company profile*. Selain itu, video *company profile* yang dihasilkan mampu membangun efek emosional yang lebih mendalam dan menyentuh. Hal ini penting karena pengaruh emosional diperlukan untuk memikat perhatian audiens, membangun kepercayaan, serta memperkuat citra perusahaan.

Gaya Komunikasi Sutradara pada Produksi Video *Company Profile* Educourse

Gaya komunikasi sutradara merujuk pada cara seorang sutradara menyampaikan arahan, gagasan, dan visinya kepada seluruh tim produksi, *talent*, dan mitra dalam proses pembuatan karya. Pada proses produksi video *company profile* Educourse sutradara menerapkan empat gaya komunikasi sebagai berikut:

1. Gaya Komunikasi Timbal Balik (*Equalitarian Style*)

Gaya komunikasi timbal balik adalah pola komunikasi dua arah yang memungkinkan adanya pertukaran informasi antara pihak yang berkomunikasi (Sembodo *et al.*, 2022). Sutradara menerapkan gaya komunikasi timbal balik atau dua arah saat berdiskusi kepada tim produksi dengan memberikan ruang serta kesempatan untuk saling bertukar saran, ide, dan gagasan secara terbuka. Komunikasi timbal balik ini efektif dalam membentuk kesepakatan dan kesepahaman bersama dalam menghasilkan video *company profile* yang berkualitas.

2. Gaya Komunikasi Melepaskan (*Relinquishing Style*)

Gaya komunikasi melepaskan merupakan pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan memberikan kebebasan kepada pihak lain untuk menyampaikan pendapat, mengambil keputusan, dan bertindak tanpa adanya pengendalian atau instruksi yang ketat. Gaya komunikasi melepaskan digunakan oleh sutradara dengan memberikan kebebasan penuh kepada *talent* untuk berimprovisasi dan berekspresi tanpa merasa terikat oleh naskah. Gaya komunikasi ini juga diterapkan kepada tim produksi dengan menerima segala masukan dan saran secara terbuka, sehingga dapat membangun rasa motivasi serta mendorong kinerja yang optimal selama proses produksi.

3. Gaya Komunikasi Berstruktur (*Structuring Style*)

Gaya komunikasi berstruktur merupakan metode penyampaian pesan dengan instruksi atau arahan secara lisan maupun tulisan yang berfokus pada kejelasan dan penataan informasi sistematis. Implementasi gaya komunikasi berstruktur melalui cara sutradara dalam memberikan arahan mengenai tugas serta tanggung jawab seluruh tim produksi. Sutradara juga menggunakan gaya komunikasi ini dengan melakukan *briefing* kepada tim produksi dan *talent* sebelum kegiatan produksi dimulai. Dengan begitu, setiap anggota tim dapat memahami peran dan *jobdesk* dengan jelas sehingga membantu meminimalisir kesalahpahaman dan hambatan selama proses produksi.

4. Gaya Komunikasi Dinamis (*Dynamic Style*)

Gaya komunikasi dinamis merujuk pada penyampaian pesan yang berfokus pada tindakan dengan menekankan kecepatan dan dorongan langsung untuk mencapai tujuan secara efisien (*action-oriented*). Sutradara membangun komunikasi dinamis dengan selalu cepat dalam merespons dan beradaptasi terhadap perubahan mendadak yang terjadi selama produksi. Sutradara dalam hal ini memberikan arahan yang jelas, mengambil keputusan dengan tanggap, dan mengkomunikasikan seluruh informasi terkait perubahan teknis maupun kreatif kepada tim produksi maupun *talent*.

Penerapan gaya komunikasi oleh sutradara merupakan hal yang penting dalam proses produksi video *company profile* Educourse. Sutradara menerapkan gaya komunikasi yang berbeda untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. Setiap gaya komunikasi yang digunakan sutradara memiliki peran strategis dalam memfasilitasi interaksi antara tim produksi, *talent*, dan pihak Educourse. Gaya komunikasi ini efektif dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendorong keterbukaan, kreatifitas, koordinasi, dan efisiensi. Sutradara dapat mengatasi permasalahan yang muncul, menyusun tim yang solid dan bekerja dengan baik, serta menghasilkan karya sesuai dengan harapan. Dengan begitu, gaya komunikasi sutradara merupakan kunci kesuksesan proses produksi untuk menghasilkan karya yang berkualitas.

KESIMPULAN

Penerapan gaya penyutradaraan interpretator dan gaya komunikasi sutradara mampu menghasilkan video *company profile* yang berkualitas dari segi konsep dan isi pesan yang disampaikan. Video *company profile* yang dihasilkan lebih autentik, humanis, dan menyentuh emosi audiens. Kelihaihan *talent* dalam improvisasi didukung dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi dari tim produksi mampu membangun efek emosional dalam mendorong tindakan dan mempengaruhi persepsi target audiens. Penerapan gaya komunikasi yang beragam oleh sutradara juga berkontribusi besar dalam membentuk lingkungan kerja yang terbuka serta membangun kolaborasi dan koordinasi yang erat antara tim produksi, *talent*, dan pihak Educourse.

Implementasi gaya penyutradaraan interpretator ini menghasilkan video *company profile* yang dapat berfungsi sebagai media komunikasi efektif dalam menjangkau target audiens lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*. Gaya penyutradaraan interpretator ini diharapkan dapat diimplementasikan pada pembuatan karya audio visual lainnya seperti film, dokumenter, atau video iklan. Hal ini dapat memberikan wawasan sejauh mana gaya penyutradaraan ini bisa diadaptasi di berbagai jenis produksi audio visual yang memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- A'yuninna, Q., Rofifah, L. (2024). Systematic Literature Review: Promosi Perpustakaan di Era Digital Melalui Media Sosial. *LIBRARIA: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 13(1), 11-24. <https://libraria.fppti-jateng.or.id/index.php/lib/article/view/299>.
- Alberto, D. J., Atmaja, S., Nur'aeni. (2021). Peran Sutradara dalam Pembuatan Film Pendek Berjudul Unknown. *Omnicom: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 1–17. <https://ejournal.unsub.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1059>.
- Andrew, M. R. (2023). Penerapan Konsep Penyutradaraan Penceritaan Terbatas dalam Penciptaan Film Fiksi “Saudara Sedarah“. (skripsi, Universitas Potensi Utama). <http://repository.potensi-utama.ac.id/jspui/handle/123456789/13?offset=820>.
- Hastuti, S., Purwanto., Wahyudin, A. (2020). Implementasi Teknik Penyutradaraan Acara Ketoprak di RRI Purwokerto. *Jurnal Komunika*, 9(1), 31-39. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.3225>.
- Hidayath, A., Razilu, Z., Saputra, H. N. (2024). Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108–117. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>.
- Larika, W., Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 128-136. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v1i1.13>.
- Rahmi, E. (2022). Inovasi Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Melalui Media Audio Visual di Era Digital. *El-Rusyd*, 7(1), 37–43. <https://doi.org/10.58485/elrusyd.v7i1.103>.
- Sembodo, A. P., Faisal, T., Swarnawati, A., Riandi, R. N., Hassan, I. N. E. (2022). Gaya Komunikasi Nadiem Makarim. *Communication*, 13(1), 55-69. <https://doi.org/10.36080/comm.v13i1.1670>.
- Valentino, D. E., Hardiansyah, M. J. (2020). Perancangan Video Company Profile pada Hotel De Java Bandung. *TEMATIK: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 1-20. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.285>.