AFoSJ-LAS, Vol.5, No.2, 30 Juni 2025 (hal: 355-362) e-ISSN.2776-2408 ; p-ISSN 2798-9267

All Fields of Science J-LAS
Jurnal Penelitian
Availabel Online: https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index

Penerapan *Storyboarding* dalam Produksi Video *Company profile* Inspektorat Jawa Barat

The Implementation of Storyboarding in the Company profile Video of the West Java Inspectorate

Najmi Agnia[1*], Willy Bachtiar[2]
[1,2]Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University
***Corresponding author*: @najmiagniaa14@gmail.com**

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi mendorong lembaga pemerintah untuk meningkatkan strategi komunikasi visual mereka. Video profil perusahaan merupakan media yang efektif untuk menyampaikan informasi yang ringkas dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan *Storyboard* dalam proses produksi video profil perusahaan Inspektorat Jawa Barat. Metode kualitatif deskriptif digunakan melalui observasi, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Proses *Storyboard* terdiri dari tiga tahap: thumbnail, rough pass, dan clean up. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Storyboard* meningkatkan pemahaman tim dan mempercepat realisasi visual. Ini berfungsi sebagai pedoman yang menyelaraskan naskah dengan visual dan menjaga koherensi naratif. Oleh karena itu, *Storyboard* mendukung penyampaian pesan lembaga yang efektif melalui penceritaan visual.

Kata Kunci: Komunikasi Visual; Profil Perusahaan; Papan Cerita; Video Dokumenter;

Abstract

The advancement of information technology encourages government institutions to improve their visual communication strategies. A company profile video is an effective medium to deliver concise and engaging information. This study aims to describe the application of Storyboarding in the production process of the West Java Inspectorate's company profile video. A descriptive qualitative method was used through observation, active participation, and literature study. The Storyboard process consists of three stages: thumbnail, rough pass, and clean up. The results show that Storyboard usage enhances team comprehension and accelerates visual realization. It functions as a guideline that aligns the script with visuals and maintains narrative coherence. Therefore, Storyboarding supports the effective delivery of institutional messages through visual storytelling.

***Keyword**: Company Profile; Documentary Video; Storyboard; Visual Communication.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi berdampak besar pada cara masyarakat berkomunikasi. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat pada media digital sebagai sumber utama informasi, instansi pemerintah dituntut untuk beradaptasi dan mengoptimalkan strategi komunikasi berbasis teknologi. Media digital menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi karena memungkinkan interaksi yang lebih luas dan akses yang lebih cepat terhadap data yang relevan (Damayanti, 2023).

Hubungan masyarakat atau humas berperan sebagai penghubung dalam instansi pemerintah atau perusahaan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat luas. Bagian hubungan masyarakat di pemerintah memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menyebarkan informasi publik kepada masyarakat dan stakeholder. Humas pemerintah berfungsi untuk memelihara saluran komunikasi yang efektif. Saluran komunikasi yang baik sangat penting dalam menyampaikan informasi publik secara terbuka dan membentuk citra positif instansi di mata masyarakat (Dinamika dan Strategi Humas Pemerintah di Indonesia, 2021).

Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat belum memiliki *company profile* resmi yang dapat menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat dan stakeholder. Pengalaman pribadi menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami tugas dan fungsi Inspektorat Jawa Barat. Sebagai Perangkat Daerah Provinsi Jawa Barat, Inspektorat memiliki tugas pokok dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan urusan pemerintahan di daerah provinsi, pelaksanaan pembinaan atas penyelenggaraan pemerintahan daerah kabupaten/kota, serta pelaksanaan urusan pemerintahan di daerah kabupaten/kota. Kurangnya pemahaman ini menunjukkan perlunya upaya komunikasi yang lebih efektif dan informatif, salah satunya melalui media digital dalam bentuk video company profile.

Penyampaian informasi oleh instansi pemerintah dapat dilakukan melalui media. Media memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi pemerintah kepada masyarakat serta membentuk opini publik yang positif. Media digital, memungkinkan informasi tersampaikan secara lebih luas, cepat, dan interaktif, sehingga dapat menambah pemahaman masyarakat terhadap berbagai kebijakan dan program pemerintah. Pemanfaatan media yang tepat menjadi kunci dalam memastikan efektivitas komunikasi pemerintah dengan publik (Sari dan Prabowo, 2022).

Penyampaian informasi dalam bentuk video dapat diwujudkan melalui video *company profile* yang memuat informasi umum mengenai suatu instansi pemerintah. Sebagai media komunikasi visual, video *company profile* memiliki peran penting dalam menyajikan gambaran menyeluruh tentang profil, visi, misi, serta layanan yang ditawarkan oleh instansi tersebut. Dengan tampilan yang menarik dan informatif, video ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peran serta fungsi instansi pemerintah. Selain itu, penggunaan elemen multimedia dalam video *company profile* memungkinkan penyampaian informasi yang lebih efektif dan mudah dipahami oleh khalayak (Asriani, 2021).

Dalam Pembuatan video *company profile* membutuhkan *Storyboard* sebagai gambaran visual dari naskah yang sudah dibuat sekaligus menjadi acuan dalam proses take video hingga editing. *Storyboard* merupakan susunan gambar yang dibuat berurutan mengikuti isi naskah yang telah disiapkan (Ditanti dkk. 2023). Tujuan dari pembuatan

Storyboarding adalah untuk memvisualisasikan adegan-adegan dari naskah secara berkelompok.

Sutradara membutuhkan *Storyboard* untuk merepresentasikan visual yang konkret, merencanakan komposisi edegan, menentukan gerakan kamera hingga menciptakan alur yang dinamis. *Storyboard* berfungsi sebagai panduan utama dalam proses produksi, menggambarkan skenario dalam bentuk visual yang memuat informasi seperti sudut kamera, tata letak, durasi, dialog, dan ekspresi. Dengan demikian, *Storyboard* menjadi cetak biru (blueprint) yang memastikan seluruh tim produksi memiliki persepsi yang sama terhadap alur cerita (Yahya dan Wilma, 2022)

Proyek ini menjelaskan secara detail setiap tahapan pembuatan *Storyboarding* yang digunakan sutradara dalam pembuatan video *company profile* Inspektorat Jawa Barat. Hasil dari proyek ini diharapkan memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat citra Inspektorat Jawa Barat serta menjadi referensi bagi pembuatan video *company profile* instansi pemerintah lainnya di masa mendatang.

METODE

Pembuatan video *company profile* Inspektorat Provinsi Jawa Barat dilaksanakan di kantor Inspektorat Jawa Barat yang beralamat di Jl. Surapati No. 4, Kelurahan Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115, serta di beberapa lokasi lapangan menyesuaikan dengan kegiatan pemeriksaan yang dilakukan oleh tim Inspektorat. Proses produksi berlangsung selama empat bulan, terhitung sejak Januari hingga April 2025.

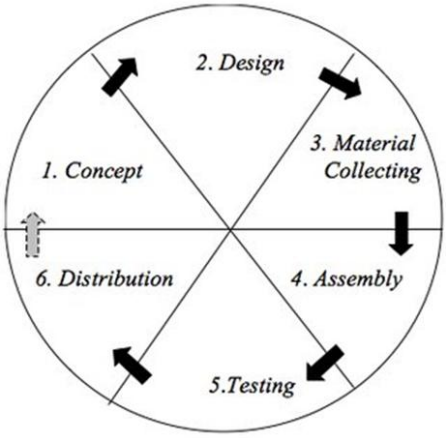
Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencari referensi terkait video company profile, pembuatan *storyboard,* dan penyutradaraan. Partisipasi aktif dilakukan dengan melibatkan sutradara dalam keseluruhan proses produksi video, termasuk pembuatan *storyboard*. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji literatur, buku, artikel, dan jurnal ilmiah yang relevan, khususnya yang terkait dengan penerapan *storyboard* dalam video *company profile.*

Subjek dari proyek akhir ini adalah Inspektorat Provinsi Jawa Barat yang memiliki fungsi strategis dalam membantu Gubernur dalam melaksanakan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan urusan pemerintahan di tingkat provinsi. Dalam proses produksi, dukungan administrasi dan perizinan diberikan oleh Bapak Agus Mulyadi Sulaiman selaku Kepala Subbagian Tata Usaha, yang juga bertindak sebagai fasilitator dan pemberi masukan utama untuk konten dan narasi dalam video company profile. Dukungan ini menjadi faktor penting dalam menjamin kelancaran pelaksanaan proyek secara keseluruhan.

Alat dan bahan yang digunakan dalam proyek ini meliputi beberapa perangkat penting untuk mendukung proses produksi video. Laptop digunakan sebagai alat utama dalam pembuatan skrip, *storyboard,* serta edit video. Kamera menjadi alat utama untuk merekam gambar saat produksi, sedangkan drone digunakan untuk mengambil rekaman lanskap dari perspektif udara. Tripod berfungsi untuk menjaga kestabilan kamera dan mengurangi guncangan. Pencahayaan digunakan sebagai penunjang pencahayaan agar hasil rekaman memiliki kualitas visual yang baik. Kartu memori digunakan untuk menyimpan file video dan gambar selama proses produksi, dan baterai kamera merupakan

sumber daya utama agar kamera dapat beroperasi secara optimal selama pengambilan gambar.

Prosedur kerja dari proyek akhir dalam pembuatan video company profile Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat menggunakan Teori Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari tahapan concept, design, material collecting, assembly, testing dan distribution (Binanto, 2010). Berikut adalah prosedur kerja proyek menggunakan enam tahapan tersebut secara lebih rinci:



Gambar 1. Prosedur Kerja MDLC

Proses pembuatan video company profile Inspektorat Jawa Barat, Storyboard dikerjakan oleh sutradara agar ide-ide sinematik dapat langsung diterapkan dan diterjemahkan secara visual. Adapun tahapan pelaksanaan proyek secara keseluruhan sebagai berikut:

a. *Concept*
   Tahapan *concept* meliputi penentuan ide bagaimana alur *company profile* ini akan dibuat, target *audience* yang akan menonton video *company profile*, dan apa jenis video yang akan dibuat, dalam video *company profile* Inspektorat Jawa Barat dipilih jenis video dokumenter dengan gaya penyampaian storytelling.
b. *Design*
   Tahapan *design* meliputi pembuatan naskah yang dilakukan oleh *Scriptwriter* kemudian naskah yang telah rampung diimplementasikan menjadi *storyboard* oleh sutradara kemudian proses penentuan shotlist oleh *videographer.*
c. *Material collecting*
   Pada tahapan *material collecting* dilakukan proses pengambilan *footage* video yang dilakukan di kantor Inspektorat Jawa Barat, kegiatan lapang Inspektorat Jawabarat, Jalan Surapati, Jembatan Pasupati dan Gedung sate. Pencarian video dari sumber internet pun dilakukan.
d. *Assembly*
   Pada tahapan Assembly dilakukan proses editing oleh editor yang meliputi pemilihan background suara, *voice over, color grading*, dan lain-lain.
e. *Testing*
   Pada tahapan *Testing* dilakukan diskusi untuk mengevaluasi hasil video, jika dinilai masih ada yang perlu diperbaiki maka proses revisi dilakukan.

f. Distribution

Pada tahapan *distribution* video *company profile* Inspektorat Jawa Barat di publikasi di media Youtube dan Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan video *company profile* Jawa Barat merupakan optimalisasi strategi komunikasi berbasis teknologi. Sebagai Instansi pemerintah ditingkat provinsi, Inspektorat Jawa Barat perlu media representatif yang mampu dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Video *company profile* berdurasi 5 menit ini memakai konsep video dokumenter yang disuguhkan dengan storytelling oleh *voice actor* untuk meningkatkan pemahaman publik tentang tugas dan fungsi dari Inspektorat Jawa Barat.

Untuk menerjemahkan naskah menjadi konsep visual penerapan *storyboard* menjadi aspek utama yang penting dilakukan. Pembuatan storyboard perlu dilakukan agar seluruh *crew* memiliki satu pemahaman tentang video yang akan dibuat. *Storyboard* menjadi alat komunikasi visual yang efektif dalam tim karena dapat menjadi jembatan komunikasi agar seluruh tim memiliki pemahaman yang sama tentang alur cerita yang akan dibuat. Dalam pembuatan video *company profile* Inspektorat Jawa Barat, Sutradara yang bertanggug jawab untuk membuat storyboard, hal ini dilakukan karena dinilai efektif secara waktu agar sutradara dapat mengekspolari ide-ide kreatifnya pada storyboard. Pembuatan storyboard memiliki tahapan-tahapan seperti pembuatan thumbnail, rough pass, dan clean up (Nuraini dan Ramdhan, 2020).

Thumbnail

Dalam pembuatan storyboard tahapan thumbnail adalah proses pembuatan sketsa-sketsa kasar untuk mengekspolari ide kreatif dalam penentuan shoot, angle dan pergerakan kamera serta membuat alternatif dalam tiap scene agar tetap relevan dengan naskah (Nuraini dan Ramdhan, 2020).

Gambar.2 Thumbnail

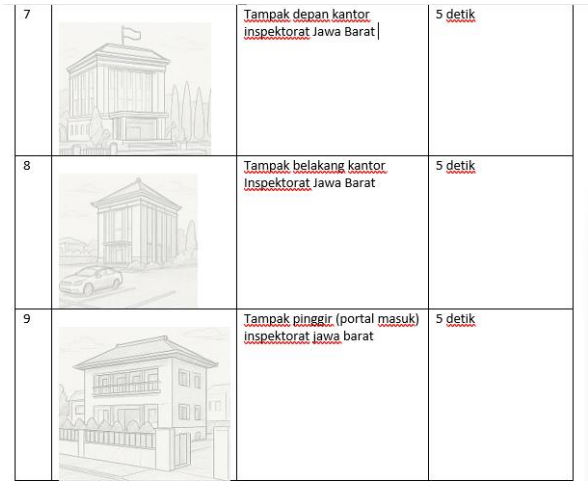
Rough pass

Pada tahapan rough pass dilakukan tahap pemilihan shot yang terpilih untuk diberi detail yang rapih agar pergerakan dan sekuensinya dapat terlihat jelas (Nuraini dan Ramdhan, 2020).

Gambar.3 Rough pass

Clean up

Pada Tahapan ini dilakukan proses penyempurnaan, seperti pemberian shading, panah-panah untuk memberi penjelasan arah gerak kamera, dan warna (R. K. Nuraini, dan Z. Ramdhan, 2020).



Gambar.4 Clean Up

Struktur produksi *storyboard* dalam pembuatan video profil perusahaan di Provinsi Jawa Barat dirancang melalui proses *thumbnail, rough pass, dan clean up* sebagaimana dikemukakan oleh Winder dan Dowlatabadi (2011). Tujuan proses ini adalah memastikan bahwa setiap tahapan visual tervalidasi secara sistematis sebelum memasuki tahap produksi akhir.

Tahap *thumbnail* berfungsi untuk mengeksplorasi narasi secara visual dalam bentuk sketsa kasar. Fokus utama pada tahap ini adalah mengembangkan ritme cerita, komposisi frame, dan pergerakan kamera secara umum. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Nuraini dan Ramdhan (2020) yang menyatakan bahwa *thumbnail* dapat membantu menemukan alternatif visual secara efisien sebelum berlanjut ke penggambaran yang lebih detail. Dalam konteks video profil perusahaan, tahap ini juga memungkinkan tim produksi untuk menentukan segmentasi cerita seperti pengenalan perusahaan, sejarah, nilai-nilai inti, dan keunggulan layanan secara cepat dan terstruktur.

Tahap *rough pass* merupakan pengembangan thumbnail yang dilakukan dengan menambahkan elemen visual yang lebih detail, seperti karakter, latar belakang, dan arah kamera. Ukuran panel diperbesar dan sketsa dibuat lebih jelas agar visualisasinya selaras dengan naskah dan kebutuhan klien. Hasil penelitian Fadil dan Wilma (2022) pada video

profil Genteng Pancasan menunjukkan bahwa rough pass mampu menjaga kesinambungan alur visual dan memastikan kesesuaian antara narasi dengan gambar sebelum proses produksi dimulai.

Tahap *clean up* merupakan tahap penyempurnaan visual secara keseluruhan. Proses ini meliputi penyempurnaan garis, penambahan bayangan (shading), dan pemberian indikator gerak agar visualisasi setiap adegan menjadi jelas dan siap untuk proses produksi akhir, baik animasi maupun pengambilan gambar langsung. Penelitian Fadil dan Wilma (2022) juga menunjukkan bahwa penggunaan clean up pada storyboard menjadi acuan penting dalam tahap produksi, khususnya pada proses visual editing.

Penataan alur cerita yang bertahap membantu meminimalkan kesalahan produksi, memperjelas pesan yang disampaikan, dan meningkatkan efisiensi proses produksi video secara keseluruhan. Dengan melakukan pembuatan thumbnail, rough pass dan clean up maka proses pembuatan storyboard telah melewati proses tahapan yang detail.

KESIMPULAN

Penerapan *storyboard* dalam produksi video *company profile* Inspektorat Jawa Barat terbukti efektif dalam mendukung proses produksi berbasis visual yang terstruktur. Tahapan thumbnail, rough pass, dan clean up yang dilalui mampu menyelaraskan pemahaman seluruh tim terhadap alur cerita, mempercepat proses produksi, dan meningkatkan kualitas penyampaian informasi kepada publik. *Storyboard* tidak hanya berperan sebagai panduan teknis, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang memperkuat citra institusi. Rekomendasi dari proyek ini adalah agar setiap instansi pemerintah yang ingin memproduksi video company profile menerapkan proses storyboard secara menyeluruh untuk menjamin konsistensi narasi dan kualitas visual.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, N. 2022. Komunikasi Publik dan Retorika: Pemahaman Bersama dalam Kebersamaan. J Uda. 5(1): 123-135. [diakses 2025 Feb 15]. https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/download/2066/2028/

Asriani, R. N., Saputri, L., Syam, N., & Saputra, R. A. 2021. Pembuatan Video Profil Perum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle. J Teknol Inf Komun. 8(2): 251. [diunduh pada 2025 Feb 14]. https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/680

Batubara, H. H. 2020. Media Pembelajaran Efektif. Semarang (ID): Fatawa Publishing.

Damayanti, A. 2023. Media Digital sebagai Alat Efektif dalam Penyebaran Informasi. J Komun Media. 5(1): 45-60. doi:10.1234/jkmedia.v5i1.1234

Davis, R., & Hunt, M. 2017. Creative Direction in Media: Principles and Practices. New York (US): Routledge.

Ditanti, J., Nisa, D. A., & Widyasari. 2023. Storyboard dalam Perancangan Iklan Layanan Masyarakat "Hindari Self-Diagnosis! Yuk, Konsultasikan Kondisimu". *Jurnal Nawala Visual*. 5(1): 52–57.

Dinamika dan Strategi Humas Pemerintah di Indonesia. 2021. Proceeding Komunikasi dan Kehumasan: Dinamika dan Strategi Humas Pemerintah di Indonesia. Jakarta (ID): Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Harrison, J. 2021. Peran Media dalam Masyarakat Kontemporer: Perspektif Komunikasi. J Komun Kontemporer. 15(2): 45-60.

Hendrawan, A., & Sari, R. 2021. The Importance of 5W+1H in Effective Communication Strategies. J Komun Media. 18(1): 45-60. doi:10.1234/jkm.v18i1.3456.

Hidayati, N., & Rahman, A. 2021. The Impact of Audio-Visual Media on Communication Effectiveness. J Komun Media. 16(1): 45-60. doi:10.1234/jkm.v16i1.1234.

Hikmaningtias, M. 2021. Transformasi Digital PPID ISBI Bandung dalam Upaya Peningkatan Pencapaian Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2020. J Komun Publik. 9(1): 34-50.

Karyadi, T., & Ramadhani, D. 2020. Peran Sutradara dalam Produksi Film Dokumenter. J Film Media. 11(3): 78-92.

Meyer, J. 2020. The Role of the Director in Visual Storytelling. J Media Stud. 15(2): 45-60. doi:10.1234/jms.2020.15.2.45.

Nuraini, R. K., & Ramdhan, Z. 2020. Perancangan Storyboard Animasi 2D "POST" Mengenai Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Generasi Milenial. *e-Proceeding of Art & Design*. 7(2): 2421–2426.

Prasetyo, A., & Rahmawati, D. 2021. Aksesibilitas Informasi Publik dan Partisipasi Masyarakat dalam Era Digital. J Komun Media. 12(2): 45-60. [diakses 2025 Jan 31]. https://doi.org/10.12345/jkm.v12i2.5678

Prasetyo, B., & Sari, R. 2022. The Role of Media in Modern Communication: An Analysis of Current Trends. J Komun Media. 15(2): 123-135. doi:10.1234/jkm.v15i2.5678.

Pratama, D. 2023. The Role of Directors in Transforming Scripts into Audiovisual Works. J Film Media. 12(3): 150-165. doi:10.1234/jfm.v12i3.7890.

Ramadhan, A. 2023. Karakteristik Gaya Penyutradaraan dalam Produksi Film. J Sinematografi. 12(1): 45-60.

Sari, R. A., & Prabowo, H. 2022. Peran Media dalam Komunikasi Publik Pemerintah: Studi Kasus di Indonesia. J Ilmu Komun. 10(1): 45-60. doi:10.1234/jik.v10i1.5678.

Sari, R., & Prasetyo, B. 2022. The Role of Video in Effective Communication: A Study on Company Profiles. J Komun Media. 17(2): 78-90. doi:10.1234/jkm.v17i2.2345.

Siswanti, T. 2021. Penyusunan Anggaran dalam Proses Produksi. J Bisnis Akunt Unsurya. 6(2): 1-10. [diakses 2025 Feb 20]. https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jbau/article/download/703/687

Yahya, Fadil, and Chatarina Wilma**.** "Cinematography and Motion Tracking Techniques in Making a Video Profile for 'Genteng Pancasan'." *Journal of Multimedia Trend and Technology* 1, no. 3 (December 2022): 16–23. https://journal.educollabs.org/index.php/jmtt/.