

STRATEGI SUTRADARA DALAM MANAJEMEN PRODUKSI PADA PEMBUATAN VIDEO KAMPANYE HARI BUMI BLP BEAUTY

ALSAKTI ALAMANDA TR PUTRA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Sutradara dalam Manajemen Produksi pada Pembuatan Video Kampanye Hari Bumi Blp Beauty” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Alsakti Alamanda Tr Putra
J0401221233



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

ALSAKTI ALAMANDA TR PUTRA. Strategi Sutradara dalam Manajemen Produksi pada Pembuatan Video Kampanye Hari Bumi BLP Beauty. Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Meningkatnya perkembangan industri kecantikan turut menimbulkan permasalahan lingkungan berupa bertambahnya limbah kemasan kosmetik. Sebagai bentuk kepedulian terhadap isu tersebut, BLP Beauty menjalankan program #BLPRecycle yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan limbah kosmetik secara bertanggung jawab. Video kampanye Hari Bumi bertema *Earth Day with BLP* yang dikemas dalam bentuk *short movie* dengan pendekatan *storytelling* dibuat untuk mendukung program tersebut. Proyek akhir ini bertujuan menganalisis strategi sutradara dalam manajemen produksi pada pembuatan video kampanye Hari Bumi BLP Beauty. Fokus kajian diarahkan pada peran sutradara dalam mengelola proses produksi melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan pendekatan manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Proyek dilaksanakan pada Februari hingga Mei 2026 melalui kerja sama dengan PT Lizzie Parra Kreasi (BLP Beauty). Metode yang digunakan adalah observasi partisipatif. Sutradara bertanggung jawab mengarahkan proses kreatif dan teknis dalam pembuatan video kampanye. Hasil proyek menunjukkan bahwa strategi sutradara berperan penting dalam memastikan seluruh tahapan produksi berjalan secara terencana, terkoordinasi, dan sesuai dengan tujuan kampanye. Tahap pra-produksi menjadi tahap sutradara melakukan pengembangan konsep, pembedahan naskah, perancangan *storyboard*, survei lokasi, dan seleksi *talent*. Sutradara pada tahap produksi, mengoordinasikan kru, mengarahkan *talent*, mengendalikan jalannya produksi, serta mengawasi kualitas teknis pengambilan gambar dan suara. Tahap pasca-produksi merupakan tahap sutradara melakukan pengawasan proses *editing*, evaluasi, dan revisi untuk memastikan kesesuaian video dengan konsep kreatif, identitas merek, dan tujuan komunikasi kampanye. Video kampanye yang dihasilkan berhasil menyampaikan pesan kepedulian lingkungan melalui pendekatan visual yang menarik dan mudah dipahami audiens. Penerapan strategi sutradara berbasis manajemen produksi POAC membantu menciptakan proses produksi yang efektif serta mendukung penguatan posisi BLP Beauty sebagai merek kecantikan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, manajemen produksi, POAC, posisi merek, strategi sutradara, video kampanye.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI SUTRADARA DALAM MANAJEMEN PRODUKSI PADA PEMBUATAN VIDEO KAMPANYE HARI BUMI BLP BEAUTY

ALSAKTI ALAMANDA TR PUTRA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Laporan : Strategi Sutradara dalam Manajemen Produksi pada Pembuatan
Video Kampanye Hari Bumi Blp Beauty

Nama : Alsakti Alamanda Tr Putra
NIM : J0401221233

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S. Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171990231003

Tanggal Ujian:
24-06-2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, dan ridha-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir yang dilaksanakan pada bulan Februari 2026 sampai dengan Juni 2026 ini mengangkat tema produksi media digital dengan judul “Strategi Sutradara dalam Manajemen Produksi pada Pembuatan Video Kampanye Hari Bumi BLP Beauty.”

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, yaitu mama, papa, dan kakak yang selalu mendukung setiap keputusan penulis dan selalu menyertakan melalui doa, dukungan, perhatian, serta kasih sayang yang tidak pernah berhenti selama penulis menjalani masa perkuliahan.
2. Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta berbagai masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Kepala Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan di IPB University.
4. Ir. Suparman, M.M. selaku dosen pembimbing sebelumnya yang telah banyak memberikan masukan terkait format penulisan dan menambah pengetahuan penulis terhadap PPKI.
5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta bantuan selama masa perkuliahan.
6. BLP Beauty khususnya Felician Tanubrata, S.Ds. sebagai mitra proyek akhir yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta pengalaman berharga bagi penulis dalam pelaksanaan proyek dan penelitian ini.
7. Teman-teman mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 59 yang telah kebersamai dan menemani perjalanan semasa kuliah.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap agar karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi digital, komunikasi pemasaran, dan produksi film, serta menjadi referensi dalam melaksanakan proyek serupa.

Bogor, Juli 2026

Alsakti Alamanda Tr Putra



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Sutradara	5
2.2 Video Kampanye	6
2.3 Teori Manajemen Produksi	7
2.4 Strategi Produksi	9
2.5 Posisi Merek	12
2.6 Proyek Terdahulu	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Subjek Proyek	15
3.3 Biaya dan Anggaran Proyek	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Prosedur Kerja	18
3.6 Luaran Proyek	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Proyek Akhir Pembuatan Video Kampanye Hari Bumi BLP Beauty	21
4.2 Strategi Sutradara dalam Manajemen Produksi Pembuatan Video Kampanye Hari Bumi BLP Beauty	30
4.3 Strategi Sutradara dalam Membangun <i>Brand Positioning</i>	34
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	39
RIWAYAT HIDUP	53



DAFTAR TABEL

1	Proyek Terdahulu	13
2	Daftar Subyek Proyek	15
3	Rincian Anggaran Biaya	16
4	Alur Proyek	23

DAFTAR GAMBAR

1	Grafik Nasib Kemasan Produk Kecantikan	1
2	Bagan Prosedur Kerja Kegiatan	18
3	Logo merek BLP Beauty	21
4	Alur Produksi	24
5	<i>Mirrorless camera Sony α6600</i>	25
6	Iphone 17 Pro Max	26
7	Zihyun Crane M2	26
8	Tripod	27
9	Godox SK300II Softbox Lighting	27
10	Godox LF308 Bi-Color LED Light	28
11	Hollyland Lark M2	28
12	Storyboard Video Kampanye Hari Bumi BLP Beauty	31
13	Pengarahan videographer dan <i>talent</i>	32
14	Pengawasan Penyuntingan Video Pasca-produksi	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Proses <i>shooting</i>	40
2	Foto bersama kru dan <i>talent</i>	40
3	Persiapan Alat Produksi	41
4	Kode QR akses video kampanye Hari Bumi BLP Beauty	41
5	Surat Hak Kekayaan Intelektual	43
6	Surat Rekognisi Pernyataan Pemanfaatan Proyek	43
7	Surat <i>Memorandum of Understanding</i>	43