



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI *COMPANY PROFILE* UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PKBI DAERAH JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

JIWANGGA SURYAKUSUMA

40020619650118

PROGRAM SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI *COMPANY PROFILE* UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS BAGI PKBI DAERAH JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan Program
Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Jiwangga Suryakusuma

NIM. 40020619650118

**PROGRAM SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Jiwangga Suryakusuma
Nomor Induk Mahasiswa : 40020619650118
Fakultas : Sekolah Vokasi
Program Studi : D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi *Company Profile* untuk
meningkatkan *Brand Awareness* untuk
PKBI daerah Jawa Tengah.

Semarang, 24 September 2025

Dosen Pembimbing



Agus Naryoso S.Sos., M.Si

NIP. 197508312002121002

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

"Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar."

Nama : Jiwangga Suryakusuma
NIM : 40020619650118

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jiwangga Suryakusuma', with a stylized flourish above it.

Tanggal : 24 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Jiwangga Suryakusuma
NIM : 40020619650118
Program Studi : S.Tr Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Company Profile* untuk meningkatkan *Brand Awareness* untuk PKBI Jawa Tengah.

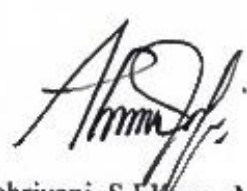
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Agus Naryoso S.Sos., M.Si
NIP. 197508312002121002 ()
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S. I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199003172019032014 ()
Penguji II : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si
NIP.196201311987032001 ()

Semarang, 24 September 2025

Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : JIWANGGA SURYAKUSUMA
NIM : 40020619650118
PROGRAM STUDI : S.TR INFORMASI DAN HUMAS
DEPARTEMEN : INFORMASI BUDAYA
FAKULTAS : SEKOLAH VOKASI
JENIS KARYA : TUGAS AKHIR

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PRODUKSI *COMPANY PROFILE* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* UNTUK PKBI JAWA TENGAH”

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang
Pada tanggal : 24 September 2025
Yang menyatakan.

1


Jiwangga Suryakusuma

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, sujud syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta Para Leluhur, atas kerahiman dan pertolongan-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi *company profile* untuk Meningkatkan Brand Awareness bagi PKBI Daerah Jawa Tengah”.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak ada hambatan yang dialami penulis. Karena penyusunan laporan ini penulis tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, bantuan serta kerjasama dari berbagai pihak terutama dosen pembimbing sehingga penulisan karya bidang Tugas Akhir ini tersusun dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya bidang Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan, masukan, saran, kritik, bimbingan, hingga kerjasama berbagai pihak. Penyusunan karya bidang Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa BAB antara lain:

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini berisi mengenai latar belakang yang membuat penulis mengusung judul “Produksi *company profile* untuk Meningkatkan Brand Awareness bagi PKBI Daerah Jawa Tengah” dengan data survei terkait Tingkat Perceraian dan penyebab Perceraian, data survei Kesejahteraan Keluarga di Indonesia, rumusan masalah, tujuan pelaksanaan produksi karya bidang, manfaat, serta luaran yang dihasilkan dari produksi karya bidang Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Dalam bab ini penulis menjelaskan kajian karya terdahulu yang diambil dari beberapa jurnal yang relevan dengan Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis dan landasan konsep yang membahas mengenai *company profile*, *brand awareness*, hingga tata cara penulisan naskah sebagai seorang *scriptwriter*.

BAB III METODE PELAKSANAAN. Dalam bab ini penulis menjelaskan metode pelaksanaan karya bidang Tugas Akhir, siapa klien dari karya bidang ini, segmentasi

dan/atau target sasaran, jenis karya bidang, konsep karya bidang, perencanaan proses karya bidang, mekanisme produksi mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Dalam bab ini juga membahas sumber informasi produksi karya bidang, tempat dan waktu produksi, *standart sequence guide* (SSG), serta sumber daya dalam produksi karya bidang Tugas Akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dari pelaksanaan produksi yang terdiri dari gambaran umum permasalahan, deskripsi karya bidang di mana penulis sebagai produser, *scriptwiter*, hingga *Cameraman*. Bab ini juga membahas terkait implementasi hasil produksi, perubahan *timeline* produksi, dan *review* klien terhadap *project* karya bidang yang telah di buat dalam bentuk video.

BAB V PENUTUP. Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil produksi karya bidang khususnya peran penulis sebagai bidang substansial seperti produser dan konseptor/*scriptwriter*, serta saran penciptaan karya bidang Tugas Akhir kepada klien dan penulis selanjutnya.

Semarang, 2 Oktober 2025

Penulis.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

”Non Scholae Set Vitae Studeo. Aku Belajar bukan untuk Sekolah, Tapi untuk Hidup”

-No Name-

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan bagi :

- 1. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang saya hormati, para dosen yang senantiasa tulus berdedikasi untuk membimbing saya hingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan kuliah di Universitas Diponegoro.*
- 2. Nenek serta kedua Orang Tua saya yang saya sayangi. Doa serta jerih payah yang sudah dicurahkan untuk saya, akan saya usahakan untuk tidak saya sia-siakan.*
- 3. Pasangan saya dan diri saya sendiri. Terimakasih sudah mau bersabar dan tetap kuat untuk menjalani setiap suka dan duka perjalanan kita. Penyelesaian kuliah ini bukan lah akhir, namun menjadi awal langkah besar masa depan kita. Tuhan akan selalu melindungi dan membersamai kita.*

Jiwangga Suryakusuma.

UCAPAN TERIMAKASIH

Sujud syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena kuasa-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Produksi *company profile* untuk Meningkatkan Brand Awareness bagi PKBI Daerah Jawa Tengah" dengan lancar. Penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu sudah selayaknya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan magang pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VI.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan untuk menyusun Tugas Akhir ini.
3. Jazimatul Husna, S.IP., M.IP., selaku Sekretaris Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan mekanisme penulisan Tugas Akhir.
4. Dr.Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si., selaku dosen penguji sidang Tugas Akhir yang telah memberikan arahan secara teoritis dan penulisan Tugas Akhir.
5. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen wali sekaligus menjadi dosen penguji sidang tugas Akhir penulis yang penuh kesabaran dan kasih sayang memberikan motivasi, masukan dan arahan untuk penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Dr. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis yang sudah memberikan motivasi, masukan dan arahan untuk penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Keluarga Besar PKBI Jawa Tengah, Khususnya bidang Media, mas Ajis, mba Janati dan anggota PKBI lain yang tidak saya sebutkan namanya yang telah membantu penulis dari awal pembuatan hingga berhasil menyelesaikan Tugas Akhir.

8. Nenek dan Orang Tua terkasih, eyang Pia Widya Laksmi, bapak Tita Hersanta Mahardika, ibu Hendira Ayudia Sorentia, dan bapak Andang Sasongko Tri Wibowo yang senantiasa mengasihi, berjerih payah, juga memberi semangat serta motivasi kepada penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Ketiga Adikku tercinta, Jagaddhita Natanegara, Jaya Bawana Kusuma Tantra, dan Jatadhara Sasongko Wibowo yang selalu menghibur dan menjadi pembakar semangat penulis untuk menjamin masa depan adik-adik penulis.
10. Rekan hidup penulis, Nurul Mahdiah Rachmawati yang tekun dan selalu sabar menghadapi pria begajulan ini, senantiasa mendengarkan setiap keluhan penulis serta selalu berjuang dan mengesampingkan dirinya sendiri untuk memotivasi dan mendukung penulis hingga akhirnya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Rekan-rekan Formas khususnya Tembalang Squad yang selalu menyempatkan waktunya untuk membantu penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Paman-paman *Lostsider Modersikel* yang menjadi keluarga kedua penulis, selalu membantu dan memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan bangku perkuliahan, serta ikut mengarahkan penulis dalam membuat Tugas Akhir hingga akhirnya bisa selesai.
13. Serta seluruh pihak yang sudah membantu dan memberikan motivasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan bersama di masa depan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi pembaca serta dapat memberikan informasi dan pengetahuan khususnya tentang produksi karya bidang.

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada produksi video company profile sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan brand awareness Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Jawa Tengah. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda, mengenai peran PKBI dalam isu kependudukan, kesehatan reproduksi, serta penguatan keluarga yang bertanggung jawab dan inklusif. Padahal, PKBI memiliki kontribusi historis yang signifikan dalam pengembangan kebijakan keluarga berencana di Indonesia, yang kemudian diadopsi secara nasional melalui pembentukan BKKBN. Namun, seiring perkembangan zaman dan perubahan pola komunikasi masyarakat, diperlukan media baru yang lebih efektif untuk menyampaikan pesan organisasi.

Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner kepada responden berusia 19–59 tahun. Hasil data digunakan sebagai dasar dalam perancangan konsep, penulisan naskah, penyusunan storyboard, hingga proses produksi dan editing video. Produk akhir berupa video company profile yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram dan YouTube, dengan mempertimbangkan efektivitas kedua platform dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video company profile mampu menyampaikan pesan organisasi secara jelas, memperkuat citra PKBI, serta meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, media ini berpotensi memperluas jangkauan informasi, meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai isu kependudukan dan kesehatan reproduksi, serta mendorong partisipasi aktif dalam program-program PKBI. Dengan demikian, produksi company profile terbukti menjadi strategi komunikasi yang relevan dan efektif dalam memperkuat brand awareness PKBI Daerah Jawa Tengah di era digital.

Kata kunci: Company Profile, Brand Awareness, PKBI Jawa Tengah, Produksi Media, Komunikasi Digital

ABSTRACT

This study focuses on the production of a company profile video as a communication strategy to enhance the brand awareness of the Indonesian Planned Parenthood Association (PKBI) Central Java. The research is motivated by the limited public understanding, particularly among younger generations, of PKBI's role in addressing population issues, reproductive health, and the promotion of responsible and inclusive families. Historically, PKBI has played a pioneering role in shaping family planning policies in Indonesia, which were later adopted nationally through the establishment of BKKBN. However, with the rapid development of digital communication and the shifting media consumption patterns of society, new approaches are required to effectively convey PKBI's messages.

The study employed a descriptive method encompassing pre-production, production, and post-production stages. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to respondents aged 19–59 years. These findings informed the conceptual design, scriptwriting, storyboard development, and technical execution of the video. The final output was a company profile video disseminated via Instagram and YouTube, chosen for their effectiveness in reaching broader audiences and fostering engagement through visual storytelling.

The evaluation results indicate that the company profile video successfully delivered PKBI's messages, strengthened its organizational image, and increased audience engagement. Furthermore, the video has the potential to expand information outreach, improve public understanding of population and reproductive health issues, and encourage active participation in PKBI's programs. Thus, the production of a company profile video is proven to be a relevant and effective communication strategy for enhancing PKBI Central Java's brand awareness in the digital era.

Keywords: Company Profile, Brand Awareness, PKBI Central Java, Media Production, Digital Communication

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan	12
1.4 Manfaat	12
1.4.1 Manfaat Akademik.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.4.3 Manfaat Sosial	13
1.5 Luaran	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu	14
2.2 Landasan Konsep.....	15
2.2.1 Pengertian <i>Company Profile</i>	15
A. Fungsi dan Tujuan <i>Company Profile</i>	17
B. Isi <i>Company Profile</i>	17
C. Bentuk <i>Company Profile</i>	19
2.2.2 Pengertian <i>Storyboard</i>	20
A. Fungsi <i>Storyboard</i>	20
B. Manfaat <i>Storyboard</i>	21
C. Cara Membuat <i>Storyboard</i>	21
2.2.3 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	22

A.	Fungsi dan Tujuan <i>Brand Awareness</i>	22
B.	Tingkat Brand Awareness	23
C.	Komponen Brand Awareness	23
D.	Indikator Brand Awareness	24
E.	Peran Brand Awareness	25
2.2.4	Scriptwriter	25
2.2.5	Teknik pengambilan Video	27
2.2.6	Ukuran Gambar Video	28
2.2.7	Penulisan Naskah	29
A.	Jenis-Jenis Naskah	30
B.	Tata Cara Penulisan Naskah	31
2.2.8	<i>Editing</i>	31
A.	Penyusunan Alur Cerita (Storytelling)	31
B.	Teknik Transisi dan Efek Visual	31
C.	Color Grading dan Mood	32
D.	Sinkronisasi Audio dan Visual	32
E.	Konsistensi Branding	32
F.	Aspek Teknis dan Kreatif	32
2.2.9	Media Pengunggahan <i>Video Company Profile</i>	32
A.	Kriteria Seleksi Platform Unggah	32
B.	Keunggulan YouTube	33
BAB III	METODE PELAKSANAAN	34
3.1	Klien Karya Bidang	34
3.2	Profil PKBI Daerah Jawa Tengah.	34
3.2.1	Visi	36
3.2.2	Misi	36
3.3	Segmentasi dan Target Sasaran	36
3.4	Jenis Karya Bidang	37
3.5	Konsep Karya Bidang	37
3.6	Metode Pelaksanaan	38
3.7	Perencanaan Perancangan Karya	39

3.8	Mekanisme produksi.....	41
3.8.1	Pra-produksi.....	42
3.8.2	Produksi	46
3.8.3	Pasca Produksi	47
3.8.4	Sumber Informasi Produksi	48
3.1	Tempat dan Waktu Produksi	48
3.10	<i>Standart Sequence Guide</i> dan Sumber Daya Manusia	49
3.11	<i>Budgeting</i> Produksi.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	54
4.2	Tahap Pra Produksi.....	54
4.2.1	Penentuan Tim dan Narasumber	55
4.2.3	Konseptor.....	56
4.2.4	<i>Scriptwriter</i>	56
4.2.5	Produser	57
4.2.6	Kameramen	58
4.2.7	Editor.....	58
4.3	Tahap Produksi	59
4.4	Tahap Pasca Produksi	60
A.	Importing.....	61
B.	<i>Assembly</i>	61
C.	<i>Sound Mixing</i>	62
D.	<i>Color Grading</i> dan <i>Filter</i>	63
E.	<i>Preview Final Mixing</i>	64
F.	<i>Exporting</i> dan <i>Rendering</i>	65
4.5	Analisis Implementasi SSG dalam pembuatan <i>Compay Profile</i>	65
4.5.1	Analisis Produksi <i>Scene</i> pertama	66
4.5.2	Analisis produksi <i>Scene</i> ketiga	67
4.5.3	Analisis produksi <i>scene</i> kelima.....	68
4.5.4	Analisis produksi <i>scene</i> keenam	70
4.5.5	Analisis produksi <i>scene</i> ketujuh.....	72

4.5.6	Analisis produksi <i>scene</i> kedelapan	73
4.6	Hasil <i>review</i> klien terhadap produksi	74
BAB V PENUTUP		75
5.6	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sensus Penduduk 2010 - 2020 (BPS, 2023)	2
Gambar 1.2 Data perceraian di Jawa Tengah tahun 2020 – 2024 (BPS, 2024).....	4
Gambar 1.3 Diagram usia responden kuisioner.....	6
Gambar 1.4 Diagram pengetahuan responden kuisioner tentang PKBI Jawa Tengah	7
Gambar 1.5 Diagram sumber pengetahuan responden tentang PKBI Jawa Tengah	7
Gambar 1.6 Diagram sosialisasi informasi PKBI Jawa Tengah	8
Gambar 1.7 Analisis Instagram PKBI Jawa Tengah	9
Gambar 1.8 Diagram penerimaan informasi tentang PKBI Jawa Tengah.....	11
Gambar 3.1 Data yang diolah	39
Gambar 3.2 Tahapan Produksi Video Company Profile	41
Gambar 4.1 Penyusunan standart sequence guide	57
Gambar 4.2 Proses importing video.....	61
Gambar 4.3 Proses assembly video	62
Gambar 4.4 Proses color grading dan filtering	63
Gambar 4.5 final mixing	64
Gambar 4.6 Proses export video file.....	65
Gambar 4.7 Perbandingan antar SSG scene 1 dengan hasil produksi	66
Gambar 4.8 Bukti voice over dimulai pada detik ke-5	67
Gambar 4.9 Bukti scene 3 selesai pada 1 menit 12 detik.....	68
Gambar 4.10 Bukti scene 3 diawali dengan foto fasad geudng PKBI Jawa Tengah.....	69
Gambar 4.11 bukti screenshoot SSG scene 6 dan hasil produksi di scene 6	71
Gambar 4.12 hasil bukti screenshoot SSG scene 7 dan hasil produksi di scene 7	72
Gambar 4.13 Hasil bukti bukti screenshoot SSG scene 8 dan hasil scene 8	73
Lampiran 1. Surat Pengantar Magang untuk PKBI Jawa Tengah	80
Lampiran 2. Surat Balasan permohonan magang/kerja praktik dari PKBI Jawa Tengah	81
Lampiran 3. Sertifikat Toefl SEU Universitas Diponegoro.....	81
Lampiran 4. Sertifikat HKI.....	81
Lampiran 5. Hasil Turnitin dari Perpustakaan Sekolah Vokasi.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pertanyaan kepada responden	43
Tabel 3.2 Standart Sequence Guide	49
Tabel 3.3 Budgeting produksi.....	53
Tabel 4.1 Tim dan Narasumber company profile	55
Tabel 4.2 Jadwal shooting.....	59
Tabel 4.3 Analisis hasil perubahan scene ke 1	66
Tabel 4.4 Analisis hasil perubahan scene ke 3	67
Tabel 4.5 Analisis hasil perubahan scene ke 5	68
Tabel 4.6 Analisis hasil perubahan scene ke 6	70
Tabel 4.7 Analisis hasil perubahan scene ke 7	72
Tabel 4.8 Analisis hasil perubahan scene ke 8	73