



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Gabriela Scholastica Awe
NIM : 11120210029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriela Scholastica Awe

NIM : 11120210029

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Mei 2016



Gabriela Scholastica Awe



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Oleh

Nama : Gabriela Scholastica Awe
NIM : 11120210029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 27 Juni 2016

Pembimbing



Kemal Hasan, S.T.,M.Sn.

Penguji



Ina Listyani R., S.Pd., M.A.

Ketua Sidang



Mochamad Faisal., M.Sn.

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Yusup S. Martyastiadi, S.T.,M.Inf.Tech

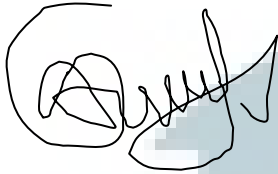
KATA PENGANTAR

Dalam setiap proses melaksanakan suatu hal, tiada yang lebih melegakan adlaah tahap penyelesaian proses tersebut. Oleh karena itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang dilimpahkan kepda penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul Perancangan Konsep Visual untuk Anak Muda dalam Mempromosikan Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses pengerjaan laporan ini pasti banyak sekali halang dan rintangan yang penulis lewati untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang demi mendapatkan gelar.

Susunan laporan tugas akhir ini tidak akan pernah bisa terselesaikan tanpa adanya dukungan yang diberikan kepada penulis selama melakukan proses pembuatan projek tugas akhir hingga proses penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Yusuf S. Martyastiadi selaku Ketua Program studi Desain Komunikasi Visual
2. Bapak Kemal Hasan sebagai dosen pembimbing yang selalu penuh kesabaran dan perhatian membimbing saya, sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
3. Orang tua Mama, Papa, dan Kak Michael yang selama ini memberikan doa dan dukungan secara moril dan materi.
4. Keluarga Besar Alm. Petrus Dopo yang telah memberikan dukungan dan doa yang mengalir tanpa henti.
5. Teman – teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang selalu memberikan doa dan dukungan

Tangerang, 27 Juni 2016



Gabriela Scholastica Awe



UMN

ABSTRAKSI

Dengan persaingan yang semakin ketat dalam mempromosikan suatu profil perusahaan terutama universitas-universitas. Media yang dipakai pun bukan hanya media cetak akan tetapi sekarang ini banyak yang memanfaatkan media sosial, dan bentuk dari promosi tersebut berupa video. Seorang *creative director* dituntut mempunyai ide-ide kreatif untuk membentuk sebuah konsep. Sebelum menjadi konsep, *creative director* menjabarkan hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan tersebut dan kemauan klien dalam sebuah dokumen *creative brief*. Creative brief sendiri terdiri atas pertanyaan dan pernyataan perihal dasar pembentukan konsep. Konsep merupakan sebuah tatanan yang dibuat untuk sebuah produk bisa berupa gambar, visual, audio maupun tulisan. Konsep yang dibentuk harus berupa bentuk yang komunikatif dan inovatif yang bisa tersampaikan kepada penonton. Konsep yang dipakai dalam tugas akhir ini berupa konsep storytelling yang merupakan penyampaian cerita didalam visual.

Kata kunci : (*Creative director, Creative Brief, Video Promosi*)

UMMN

ABSTRACT

With the increasingly rigorous competition in promoting a company profile especially universities. The media used is not just any print media, but now many are leveraging social media, and the form of the promotion in the form of a video. A creative director is required to have creative ideas to form a concept. Before becoming creative director, concept outlines the matters pertaining to the company and the willingness of the client in a document the creative brief. A creative brief is itself composed of questions and statements about the establishment of basic concepts. The concept is an order that is made for a product can be either an image, audio, or visual. The concept formed must be a form of communicative and inofativ that can be carried to the audience. The concepts used in this final project concept form of storytelling which is the submission of a story in visual.

Keywords: (Creative Director, Creative Brief, Promotion Video)

UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. <i>Creative Director</i>	4
2.1.1. Creative Brief	5
2.2. Marketing UMN.....	7
2.3. Video Profil.....	8
2.3.1. Video Promosi.....	8
2.4. <i>Storytelling</i>	10

BAB III METODOLOGI	12
3.1. Gambaran Umum	12
3.1.1. Sinopsis	13
3.1.2. Posisi Penulis	14
3.1.3. Peralatan	14
3.2. Tahapan Kerja	14
3.3. Acuan	16
BAB IV ANALISIS	18
4.1. <i>Creative Brief</i>	18
4.2. Konsep Video Promosi Kampus UMN dalam bentuk Storytelling	21
4.3. <i>Creative Director</i>	23
BAB V PENUTUP	27
5.1. Kesimpulan	27
5.2. Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	XIV

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4. Contoh Storytelling	10
Gambar 3.3. Contoh Gedung Kampus	16
Gambar 3.4. Contoh Pria dan Wanita Bertabrakan.....	16
Gambar 3.5. Contoh Buku Jatuh.....	17
Gambar 4.2. Adegan-adegan dalam video promosi.....	22
Gambar 4.3. Buku harian	23

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: WAWANCARA DENGAN PAK JOHANES TAMBING BORO.....	XIVI
LAMPIRAN B: CREATIVE BRIEF	XVIII
LAMPIRAN C: CLIENT BRIEF	XVIII
LAMPIRAN D : NOTULEN KLIEN.....	XXV
LAMPIRAN E : TANDA TERIMA DARI KLIEN	XXV
LAMPIRAN F : FORM BIMBINGAN.....	XXV

UMMN