



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengikuti maraknya perkembangan era digital saat ini, banyak perusahaan memanfaatkan media dan internet untuk memperkenalkan produk mereka. Salah satunya dengan menyebarkan *company profile* secara *online* dan *offline*. Hampir keseluruhan dari perusahaan-perusahaan terkemuka di dunia memiliki kanal Youtube sendiri yang memungkinkan mereka untuk membuat *in-house promotion* video (Sweetow, 2001, hlm. 1). Beberapa perusahaan yang memiliki kanal sendiri contohnya: McDonald's, Disney, EF dan IKEA.

Universitas Multimedia Nusantara, adalah sebuah kampus yang berdiri tahun 2007 di bawah naungan Kompas Gramedia. UMN juga membutuhkan sebuah *company profile* untuk menarik para calon mahasiswa untuk masuk ke dalam UMN. Dengan demikian UMN dapat bersaing dengan universitas lain. Penulis yang berperan sebagai *creative director* diminta untuk membuat *company profile* untuk menarik para calon mahasiswa agar tertarik untuk bergabung dengan UMN.

Creative director bertugas untuk menciptakan lingkungan yang kreatif dan ide-ide yang *fresh* bersama dengan tim (Mackay, 2004 hlm. 120). Dalam merancang *company profile* ini, penulis ingin lebih fokus dalam pemilihan informasi yang akan dimasukkan. Dengan target audiens kalangan remaja, penulis

ingin memberikan video *company profile* yang lebih ringan informasi dan mudah dicerna oleh para remaja.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana peran *creative director* dalam pembuatan video *company profile* UMN untuk kalangan remaja?

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan agar tetap fokus dan tidak melebar, batasan masalah dibatasi pada:

1. Target audiens adalah remaja usia 16-19 tahun
2. *Company profile* akan dibuat dengan menggunakan campuran antara video *live action* dengan *infografis*.
3. *Company profile* ini merupakan visualisasi dari konsep yang diinginkan klien yaitu *hi-tech* dengan target audiens remaja.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk membahas peranan *creative director* dalam pembuatan *company profile* UMN untuk kalangan remaja.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat penulisan dan pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk penulis: menjadi pembelajaran pembuatan konsep dan *creative directing* dalam *company profile*. Selain itu tulisan ini dibuat sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana.
2. Untuk pembaca: dapat menjadi sumber literatur dan acuan dalam merancang sebuah *company profile* terutama untuk lingkup universitas.
3. Untuk universitas: menjadi sumber bacaan bagi para mahasiswa yang hendak membuat projek serupa dan menjadi *company profile* untuk mempromosikan kampus.

UMMN