



### **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

*Creative director* bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh proses produksi pada sebuah *corporate video*. Seiring berkembangnya media, banyak perusahaan yang memilih membuat *video profile* untuk dijadikan media promosi. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa *video promosi* yang diberikan tidak menjadi daya tarik bagi para *audience*. Oleh karena itu, seorang *creative director* harus mengetahui *video* yang dapat menarik target *audience*. Menurut Morissan (2010) target *audience* merupakan sebgaiian kelompok orang atau masyarakat yang berperan sebagai target promosi pada sebuah aktifitas kegiatan pemasaran di perusahaan. Adapun pemilihan suatu segmen pasar tentunya harus ditunjang dengan riset yang memadai dengan pertimbangan yang sesuai (hlm.70-71). Untuk mengetahui keinginan target *audience*, dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan juga melakukan *focus group discussion* (FGD). Sehingga, *creative director* dapat membuat *video profile* sesuai keinginan target *audience*.

Pada penulisan ini dijabarkan konten-konten segmentasi tiap scene yang secara efektif dikemas sedemikian menarik sebagai alat promosi *corporate video* yang sistematis, dimana prodi arsitektur merupakan sebuah prodi baru yang disediakan oleh pihak UMN yang berpegang pada konsep *modern*. Hal itu merupakan sebuah kesempatan penulis membuat topik Tugas Akhir ini. Konsep *modern* yang dimaksud nantinya memperlihatkan estetika penerapan visual *motion*

*graphic* yang diinginkan oleh sekelompok remaja berusia 15-18 tahun. Tujuan pembuatan *motion graphic* ini untuk memperlihatkan kepada mahasiswa/i bahwa selama studi di kampus, mereka dapat merasa senang dan juga tidak merasa bosan serta mendapatkan informasi secara jelas. Dari penjeleasan ini, maka penulis tertarik meninjau dan meneliti lebih jauh proses pembuatan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Penerapan Visual *Motion Graphic* yang Sesuai untuk Video *Profile* Prodi Arsitektur UMN”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana penerapan visual *motion graphic* yang sesuai untuk video *profile* prodi arsitektur UMN?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah, penulis akan mengajukan perumusan masalah yaitu penerapan visual *motion graphic* yang dibatasi pada target *audience* yaitu remaja SMA berusia 15-18 tahun.

### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Adapun tujuan penulisan Tugas Akhir ini untuk melihat respon remaja terhadap penerapan visual *motion graphic* yang sesuai untuk video *profile* prodi arsitektur UMN.

## 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini agar pembaca lebih memahami wawasan mengenai respon remaja terhadap visual *motion graphic* yang sesuai untuk video *profile* prodi arsitektur UMN. Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan ilmu bagi para penulis pemula yang ingin memahami respon remaja terhadap penerapan visual *motion graphic* yang sesuai untuk video *profile* prodi arsitektur UMN.

Laporan Tugas Akhir ini banyak memberikan manfaat secara personal bagi penulis karena secara sederhana laporan ini mencatat sejauh mana penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang di dapat selama menyelesaikan pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara, serta mendorong penulis menjadi aktif dalam mencari pengetahuan dalam mengetahui informasi mengenai respon remaja terhadap penerapan visual *motion graphic* yang sesuai untuk video *profile* prodi arsitektur UMN.

