



### **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 V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Untuk membuat video promosi Universitas Multimedia Nusantara yaitu dengan merancang konsep sehingga dapat menarik perhatian anak SMA. Prosesnya dimulai dari tahap ide, pra produksi, produksi, dan paska produksi. Dalam tahap ide, *Creative Director* menerima konsep mentah dan tema yang diberikan klien sehingga *Creative Director* bisa mengembangkan menjadi sebuah konsep yang ditujukan untuk anak SMA. Sebelum membentuk menjadi sebuah konsep *Creative Director* tentunya mencari ide untuk konsep video promosi kampus UMN, yaitu dengan cara mencari referensi dan menonton video promosi sebanyak-banyaknya, setelah mendapat ide dan kerangka konsep, *Creative Director* langsung membentuk konsep video promosi UMN ini yaitu dengan konsep *storytelling*. Konsep video promosi ini mengambil tema romansa anak remaja. Tema ini diambil karena ingin memperlihatkan keindahan, keramahan, serta keasrian lingkungan UMN. Tema romansa ini diambil karena melihat target marketing UMN yaitu anak usia SMA.

Konsep yang sudah dibentuk di berikan kepada *copywriter* agar dikembangkan menjadi sebuah cerita pendek sesuai dengan konsep yang dibentuk oleh *Creative Director*. *Copywriter* selalu berhubungan dengan *Creative Director* agar konsep dan cerita menjadi serasi. Setelah konsep dan cerita terbentuk barulah bisa maju ke tahap produksi dan pada akhirnya sampai di tahap paska produksi.

Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar pada lokasi-lokasi yang sudah ditentukan seperti fasilitas-fasilitas yang klien inginkan untuk dimunculkan pada video promosi UMN dan perijinan lokasi tertentu sendiri tidaklah terlalu sulit karena dibantu dengan surat prosedur yang sudah ada di UMN. Setelah produksi selesai, *footage-footage* video promosi ini masuk dalam tahap paska produksi yaitu pengeditan, selain itu juga dilakukan revisi oleh klien, sehingga video promosi kampus UMN dapat dibuat sesuai dengan kemauan klien.

Video promosi UMN ini akan diposting pada web UMN yaitu di channel UMN Kompas Gramedia. Dengan dipostingnya video promosi kampus UMN karya tugas akhir ini dapat menarik banyak peminat yang ingin berkuliah di UMN.

## **5.2. Saran**

Dalam laporan tugas akhir ini pada bagian akhir penulis ingin memberikan saran bagi siapa saja yang membaca laporan tugas akhir ini terutama bagi yang ingin mengambil tugas akhir membuat video promosi, pastikan terlebih dahulu untuk memilih perusahaan yang kompetitif yang akan dijadikan klien. Selain itu sebagai pembuat video promosi haruslah mempelajari dan mengetahui apa itu video promosi dan tahap-tahap apa yang penting dalam pembuatan video promosi.

Lalu bagi *Creative Director*, untuk menjadi seorang CD haruslah mempunyai pengetahuan yang luas, serta harus berpikir kreatif mungkin karena seorang *Creative Director* sangat dituntut untuk kreatif. Hal ini perlu supaya pada saat bertemu dengan klien kita bisa memberikan ide-ide yang kreatif supaya dapat dipercaya oleh klien.

