



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

Pada era digitalisasi pada saat ini banyak sekali informasi yang mudah didapatkan melalui media elektronik. Informasi yang mudah untuk didapatkan melalui media elektronik menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan oleh kehidupan saat ini. Dimulai dari informasi yang bersifat hiburan maupun informasi yang bersifat bisnis maupun pendidikan. Kini semua orang dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka inginkan seperti institusi pendidikan yang mereka cari.

Persaingan institusi pendidikan pun semakin ketat dengan adanya persaingan dalam era digitalisasi ini, mereka semakin meningkatkan mutu dan memberikan banyak informasi di media elektronik agar mudah ditemukan. Presentasi dalam menjelaskan mutu sangatlah penting sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya. Penggunaan video adalah salah satu contoh media presentasi yang interaktif, sehingga menarik minat masyarakat untuk melihat lebih jauh informasi dari institusi pendidikan tersebut.

Sweetow (2011) *corporate video* adalah sebuah video yang bertujuan merepresentasikan sebuah perusahaan dan dibuat untuk tujuan memperkenalkan profil perusahaan tersebut. Penyampaian pesan perusahaan sangatlah penting karena *corporate video* sangat mencerminkan nilai-nilai perusahaan kepada penontonnya. Kreatifitas seorang *account executive* berperan penting dalam

pembuatan *corporate video* karena produser bertanggung jawab dalam mengelola jalannya sebuah produksi dari masa pra produksi sampai pasca produksi.

Corporate video merupakan salah satu bentuk strategi promosi yang menarik bagi target market perusahaan. Dalam penelitian ini target market dari Universitas Multimedia Nusantara merupakan siswa-siswa yang akan memasuki dunia perkuliahan. Siswa sekolah tingkat akhir yang akan memasuki dunia perkuliahan mencari sesuatu yang menarik untuk melanjutkan pendidikannya. Tugas *account executive* adalah untuk menyampaikan keinginan klien untuk menarik target market dan memastikan hasil produksinya sesuai dengan konsep. Maka dalam penelitian ini penulis mengangkat topik “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peranan *account executive* dalam pembuatan video promosi Universitas Multimedia Nusantara?

1.3 Batasan Masalah

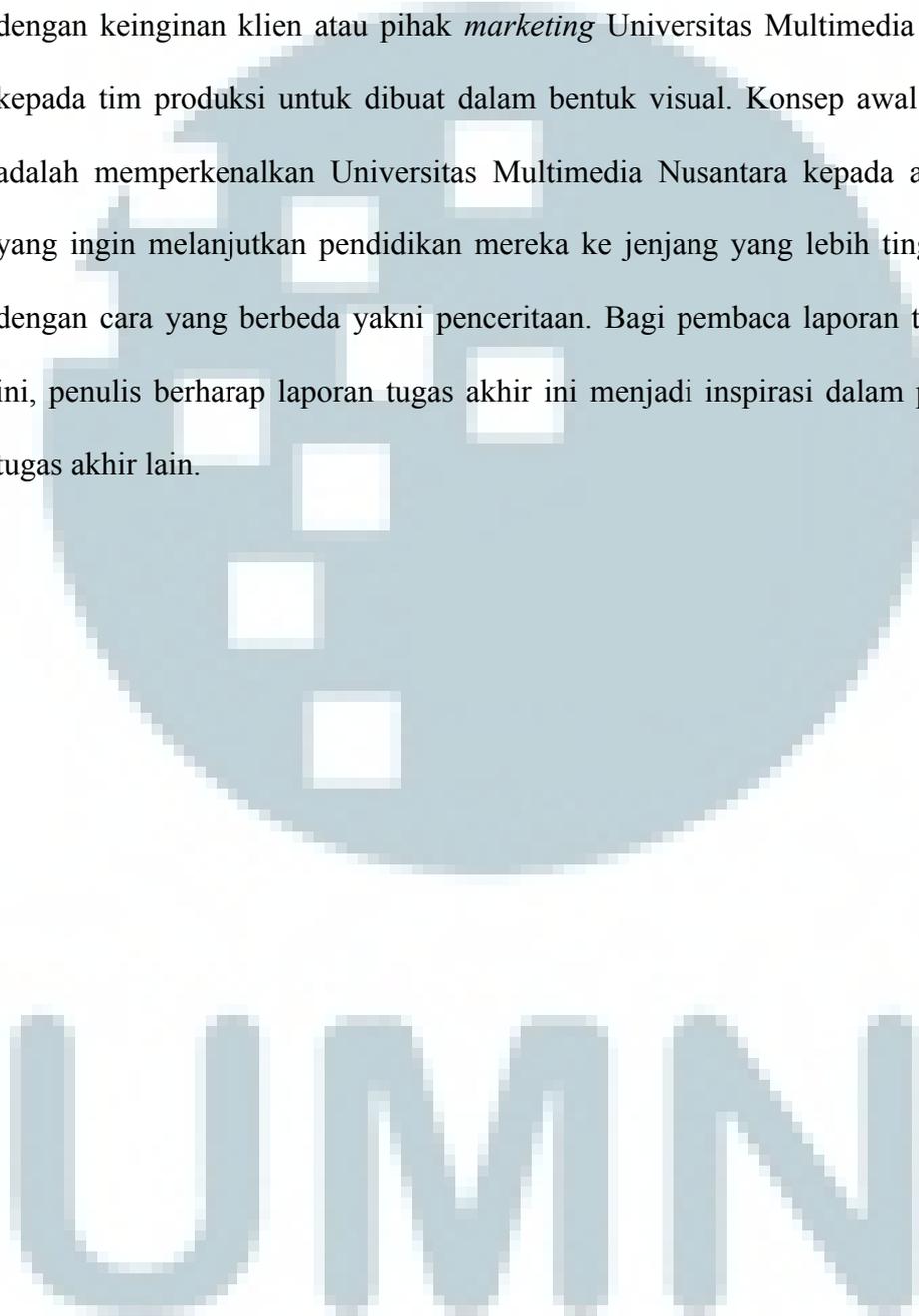
Pembahasan dalam laporan ini dibatasi pada peranan *account executive* dalam tahap pra-produksi sampai pasca-produksi pada pembuatan video promosi Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan mengetahui peranan *account executive* dalam pembuatan video promosi Universitas Multimedia Nusantara.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini bagi penulis adalah memberikan gambaran yang sesuai dengan keinginan klien atau pihak *marketing* Universitas Multimedia Nusantara kepada tim produksi untuk dibuat dalam bentuk visual. Konsep awal dari klien adalah memperkenalkan Universitas Multimedia Nusantara kepada anak muda yang ingin melanjutkan pendidikan mereka ke jenjang yang lebih tinggi namun dengan cara yang berbeda yakni penceritaan. Bagi pembaca laporan tugas akhir ini, penulis berharap laporan tugas akhir ini menjadi inspirasi dalam pembuatan tugas akhir lain.



UMN