

**PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO
PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI KARYA

MOSES GUSTI IMMANUEL

00000042539

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO
PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI KARYA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

MOSES GUSTI IMMANUEL

00000042539

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Moses Gusti Immanuel

NIM : 00000042539

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi karya tugas akhir yang berjudul **PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC**

Merupakan hasil karya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh

Tangerang, Mei 2024



(Moses Gusti Immanuel)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi karya tugas akhir dengan judul

**PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO”
MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC**

Oleh

Nama : Moses Gusti Immanuel

NIM : 00000042539

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024

Pukul 16.00 s/d 17.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.

NIDN 0304078404

NIDN 0325108004

Pembimbing

Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.

NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

iii

Perancangan Video Corporate Profile..., Moses Gusti Immanuel, Universitas
Multimedia Nusantara

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moses Gusti Immanuel
NIM : 00000042539
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi karya tugas akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya saya yang berjudul.

**PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO”
MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan memublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, Mei 2024
Yang menyatakan



Moses Gusti Immanuel

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas terselesaikannya penulisan Skripsi Karya Tugas Akhir yang berjudul **“PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC”**

Hal ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak saat proses *Internship Track II* dan proses produksi, hingga sampai terselesaikannya laporan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, Ma Selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Agus Kustiwa S.Sos., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya selama prosesnya
5. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses sidang
6. Bapak Fakhriy Dinansyah selaku Supervisor yang membimbing selama proses magang
7. Seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan secara material dan moral, serta memberikan semangat kepada saya sampai akhir.
8. Muhammad Daffa Sabiqulhaq, Virginia Natalie Chi, Aleka Radhia, selaku rekan seperjuangan selama proses magang.
9. Michelle Kurniawan, Muhammad Faisal, Eldwin Manuel, Siti Patimah, dan mahasiswa/mahasiswi Multimedia Nusantara Polytechnic yang membantu selama proses produksi konten

10. Michelle Lie selaku kekasih saya yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendengarkan segala keluh kesah selama menjalani proses magang dan penulisan laporan Skripsi Karya ini.

Semoga Karya ini dapat menjadi sumber informasi, pembelajaran, dan motivasi bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara angkatan selanjutnya.

Tangerang, Mei 2024



(Moses Gusti Immanuel)

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERANCANGAN VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC

Moses Gusti Immanuel

ABSTRAK

Seiring perkembangan waktu, industri pendidikan khususnya dalam Kampus Vokasi, yang dimana persaingan industri khususnya pendidikan terus terjadi, sehingga memerlukan upaya pembangunan *brand awareness*. Dikarenakan kampus vokasi banyak menggunakan praktikum dan memiliki gelar Sarjana Terapan, sehingga munculnya rasa khawatir mengenai gelar dan prospek karir mengenai lulusan kampus vokasi. Dengan melihat rasa kekhawatiran Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) selaku perusahaan dan kampus vokasi. Melihat kebutuhan perusahaan mengenai hal tersebut, juga didukung tidak adanya konsep *one take shot* dengan berbicara langsung di depan kamera yang digabung dengan *storytelling*, maka pembuatan karya video *corporate profile* menjadi sangat penting perannya bagi MNP, yang dimana tujuannya untuk mengkomunikasikan informasi mengenai program studi sebagai salah satu kekhawatiran masyarakat mengenai kampus vokasi, serta membangun *brand awareness* MNP mengingat usia berdirinya baru 3 tahun. Karya ini dirancang dengan menggunakan konsep teori mengenai tahapan produksi, konsep “*mediated quasiinteraction*”, konsep mengenai *corporate profile*, dan konsep mengenai *storytelling*. Hasil dari karya ini berbentuk total 4 video, yang dimana 1 video panjang berisikan mengenai keseluruhan MNP secara prodi, dan 3 video akan berisikan mengenai masing-masing prodi yang ada di MNP dalam bentuk penggabungan *storytelling* dan *one take shot*. Dengan adanya pembuatan video *corporate profile* yang akan berfokus terhadap program studi di MNP, maka akan membantu perusahaan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat bahkan target audiens. Dengan adanya karya ini, memberikan gambaran terhadap perusahaan yang berfokus terhadap program studi bahwa MNP merupakan kampus vokasi yang serius dan unggul dalam dunia pendidikan, sehingga calon mahasiswa/mahasiswi tidak perlu khawatir untuk berkuliah di MNP.

Kata kunci : *Brand Awareness, Multimedia Nusantara Polytechnic, One take shot, Perancangan Produksi, Video Corporate Profile*

DESIGNING VIDEO CORPORATE PROFILE “PATH TO PRO” MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC

Moses Gusti Immanuel

ABSTRACT

As time progresses, the education industry, especially in Vocational Campuses, where industry competition, especially education, continues to occur, requires efforts to build brand awareness. Because many vocational campuses use practicums and have Applied Bachelor's degrees, there is a feeling of worry about the degrees and career prospects of vocational campus graduates. By looking at the concerns of Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) as a company and vocational campus. Seeing the company's needs regarding this matter, also supported by the absence of a one take shot concept by speaking directly in front of the camera combined with storytelling, making corporate profile video works has a very important role for MNP, whose aim is to communicate information about study programs as one of the one of the public's concerns regarding vocational campuses, as well as building brand awareness for MNP considering that it has only been established for 3 years. This work was designed using theoretical concepts regarding production stages, the concept of "mediated quasiinteraction", the concept of corporate profile, and the concept of storytelling. The results of this work are in the form of a total of 4 videos, of which 1 long video contains the entire MNP as a study program, and 3 videos will contain information about each study program in MNP in the form of a combination of storytelling and one take shots. By creating a corporate profile video that will focus on the study program at MNP, it will help the company to provide the information needed by the public and even the target audience. With this work, it provides an overview of companies that focus on study programs that MNP is a serious and superior vocational campus in the world of education, so that prospective students do not need to worry about studying at MNP.

Keywords : Brand Awareness, Multimedia Nusantara, One take shot, Production Planning, Video Corporate Profile

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	4
1.3 Kegunaan Karya.....	4
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	5
2.1 Karya Terdahulu	5
2.2 Teori atau konsep yang digunakan.....	7
2.2.1 <i>Corporate profile & Video Corporate Profile</i>	7
2.2.2 Perancangan Video	9
2.2.2.1 Pembuatan Naskah.....	11
2.2.2.2 Pembuatan <i>Storyboard</i>	12
2.2.2.3 Konsep <i>one take shot</i>	12
2.2.2.4 Konsep elemen dalam <i>videography</i>	13
2.2.2.5 Konsep teknik pengambilan gambar.....	14
2.2.2.6 Konsep editing video	19
2.3 Mediated quasi-interaction.....	22
2.4 <i>Storytelling</i>	23
BAB III RANCANGAN KARYA	23
3.1 Tahapan Pembuatan	24
3.1.1 <i>Pre-production</i>	26
3.1.1.1 Belajar <i>product knowledge</i>	26
3.1.1.2 Mengumpulkan data mengenai prodi.....	27
3.1.1.3 <i>Brainstorming</i> mengenai konsep	27
3.1.1.4 Menentukan lokasi	28
3.1.1.5 Membuat naskah dan <i>storyboard</i>	29
3.1.1.6 Membuat daftar alat produksi dan <i>crew</i>	31
3.1.1.7 Membuat perizinan penggunaan logo dan merk	32
3.1.1.8 Mencari <i>Talent</i> yang sesuai.....	33
3.1.1.9 Melakukan <i>briefing</i> dan simulasi.....	33
3.1.1.0 Melakukan produksi video <i>corporate profile</i>	35
3.1.2.0 Editing video <i>corporate profile</i>	36
3.2 Anggaran.....	37

3.3 Target luaran/publikasi	37
BAB IV HASIL KARYA DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Pelaksanaan.....	38
4.1.1 Pre-production.....	38
4.1.1.2 Hasil pengumpulan data mengenai prodi.....	38
4.1.1.3 Hasil belajar product knowledge.....	40
4.1.1.4 Hasil brainstorming mengenai konsep.....	41
4.1.1.5 Hasil penentuan lokasi	43
4.1.1.6 Hasil pembuatan naskah dan storyboard.....	44
4.1.1.7 Hasil pembuatan daftar alat produksi.....	52
4.1.1.8 Hasil perizinan menggunakan logo dan merek	53
4.1.1.9 Hasil pencarian talent.....	54
4.1.1.10 Hasil briefing dan simulasi	55
4.1.2 Production.....	57
4.1.2.1 Pengambilan gambar.....	58
4.1.3 Post-production.....	62
4.1.3.1 Hasil editing video	62
4.1.3.1.1 Transisi.....	63
4.1.3.1.2 Title	65
4.1.3.1.3 Sound mixing	67
4.1.3.1.4 Color Grading	69
4.1.3.2 Revisi	71
4.2 Evaluasi.....	72
4.2.1 Kendala	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran akademis	79
5.2.2 Saran praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karya terdahulu 01.....	5
Tabel 2.2 Tahapan produksi.....	10
Tabel 3.1 Tahapan perencanaan karya video <i>corporate profile</i>	23
Tabel 3.2 Timeline perencanaan karya.....	24
Tabel 3.3 Perencanaan <i>crew</i> produksi karya.....	30
Tabel 3.4 Timeline produksi.....	34
Tabel 3.5 Rencana Timeline produksi.....	41
Tabel 3.6 Timeline produksi sesungguhnya.....	42
Tabel 4.1 Daftar alat produksi.....	50
Tabel 4.2 Daftar kru yang bertugas saat produksi.....	60
Tabel 4.3 Perencanaan crew produksi karya.....	60

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Video <i>Profile</i>	2
Gambar 2.1 Contoh Naskah	11
Gambar 2.2 Contoh <i>Storyboard</i>	12
Gambar 2.3 Contoh <i>High angle</i>	14
Gambar 2.4 Contoh <i>Bird eye-level</i>	14
Gambar 2.5 Contoh <i>Eye level</i>	15
Gambar 2.6 Contoh <i>Frog eye</i>	15
Gambar 2.7 Contoh <i>Low Angle</i>	16
Gambar 2.8 Contoh <i>Medium Shot</i>	16
Gambar 2.9 Contoh <i>Long Shot</i>	17
Gambar 2.9.1 Contoh <i>Close-up</i>	17
Gambar 2.9.2 Contoh <i>Medium Close-up</i>	18
Gambar 2.9.3 Contoh <i>Extreme Long Shot</i>	18
Gambar 2.9.4 Tampilan <i>Software Adobe Primere Pro</i>	21
Gambar 3.1 Contoh Naskah.....	28
Gambar 3.2 Rancangan <i>Storyboard</i>	29
Gambar 3.3 Daftar Alat Perlengkapan.....	29
Gambar 3.4 Perizinan yang belum ditandatangani.....	31
Gambar 3.5 <i>Briefing</i> dengan <i>talent</i> utama.....	33
Gambar 3.6 Proses Simulasi Syuting.....	33
Gambar 3.7 <i>Editing Adobe Premiere Pro CC 2021</i>	35
Gambar 4.1 Naskah Video Panjang “ <i>Path To Pro</i> ”	44
Gambar 4.2 Naskah 1 Menit Prodi <i>Event Management</i>	45
Gambar 4.3 Naskah 1 Menit Prodi <i>Event Management</i>	46
Gambar 4.4 Naskah 1 Menit Prodi <i>Digital Animations</i>	47
Gambar 4.5 <i>Storyboard</i> Video Panjang <i>Path to Pro</i>	48
Gambar 4.6 <i>Storyboard</i> Prodi <i>Event Management</i>	49
Gambar 4.7 <i>Storyboard</i> Prodi <i>Digital Animations</i>	49
Gambar 4.8 <i>Storyboard</i> Prodi <i>E-Commerce Logistics</i>	49
Gambar 4.9 Perizinan yang sudah ditandatangani.....	52
Gambar 4.9.1 <i>Talent</i> utama dalam video.....	54
Gambar 4.9.2 Proses <i>briefing</i> dengan <i>talent</i>	55
Gambar 4.9.3 Proses Simulasi.....	56
Gambar 4.9.4 Penjelasan adegan saat produksi oleh sutradara.....	57
Gambar 4.9.5 <i>Medium Shot</i>	58
Gambar 4.9.6 <i>Long Shot</i>	58
Gambar 4.9.7 <i>Extreme Long Shot</i>	59
Gambar 4.9.8 Proses Pengambilan Gambar.....	60
Gambar 4.9.9 Tampilan <i>Adobe Premiere Pro</i>	61
Gambar 4.9.9.0 Transisi <i>Film Dissolve</i>	62
Gambar 4.9.0.1 Transisi <i>Push</i>	63
Gambar 4.9.0.2 Transisi <i>Dip To White</i>	63
Gambar 4.9.0.3 Font <i>SF Pro</i>	65

Gambar 4.9.0.4 Penggunaan Font terhadap <i>title</i>	65
Gambar 4.9.0.5 Penggunaan <i>plug-in Mastering</i>	66
Gambar 4.9.0.6 Penggunaan <i>plug-in Parametric Equalizer</i>	66
Gambar 4.9.0.7 Penggunaan <i>Lumetri Color</i>	68
Gambar 4.9.0.8 Transisi Perubahan Warna.....	69
Gambar 4.9.0.9 Analitik Video Panjang " <i>Path To Pro</i> ".....	71
Gambar 4.9.0.10 Analitik Video Pendek <i>Event Management</i>	72
Gambar 4.9.0.11 Analitik Video Pendek <i>E-Commerce Logistics</i>	73
Gambar 4.9.0.12 Analitik Video Pendek <i>Digital Animations</i>	74

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA