

PERANCANGAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN

KBR MEDIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Tanya Kirsten Handoko

00000056974

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN

KBR MEDIA



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanya Kirsten Handoko

0000056974

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tanya Kirsten Handoko

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056974

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Perancangan Video Profil Perusahaan

KBR Media

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Desember 2024



(Tanya Kirsten Handoko)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN
KBR MEDIA

Oleh

Nama : Tanya Kirsten Handoko
NIM : 00000056974
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 10 Januari 2025
Pukul 13. 30 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Anton Binsar, S.Sos., M.Si
NIDN 0309027705

Dr. Arsa Widityarsa Utoyo, S.T., M.Sn
NIDN 0313068201

Pembimbing

Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si
NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tanya Kirsten Handoko
NIM : 00000056974
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Video Profil Perusahaan
KBR Media

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 19 Desember 2024



(Tanya Kirsten H.)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya tugas akhir ini bisa selesai setelah melalui proses yang cukup panjang penuh tantangan. Tugas ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan di Program Studi Ilmu Komunikasi dan dirancang untuk menjawab tantangan perusahaan media dalam mengikuti tren konsumsi media di era digital. Penulis berharap karya ini dapat menjadi kontribusi yang relevan bagi pengembangan strategi komunikasi, khususnya dalam konteks profil perusahaan dalam bentuk video. Selama proses ini, banyak pelajaran dan pengalaman baru yang diperoleh, terutama dalam menghubungkan teori yang dipelajari di kelas dengan praktik di dunia kerja, serta pengalaman mengenai waktu dan adaptabilitas terhadap situasi yang menantang.

Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Richard Prayoga, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Leonardo Christopher, teman baik saya yang bersedia membantu saya sebagai editor tugas akhir ini.

8. Fidelia Indhira, Cornelia Wendelina, Heru Haetami, dan Raia Azahra, teman-teman di kantor KBR Media yang sudah bersedia menjadi talent untuk pengerjaan tugas akhir ini.
9. Tim Medsos KBR Media, Nabila Alfariza, Eka Fikriyah, Nanda Naufal, Hafizh Dhiyaulhaq, dan Raihan Zidan, yang membantu dalam proses penyediaan alat dan bahan untuk pengerjaan tugas akhir ini.
10. Don Brady selaku *Supervisor* Marcom & Busdev KBR Media serta Citra Dyah Prastuti selaku *Editor in Chief* KBR Media, yang telah membantu dalam perancangan naskah dan *storyboard* karya ini.

Semoga karya ini dapat menjadi karya yang bermanfaat bagi KBR Media dan bagi publik juga untuk semakin mengenal apa yang dikerjakan dan ingin disuarakan oleh KBR Media. Saya juga berharap karya ini bisa menjadi referensi atau inspirasi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat karya serupa.

Tangerang, 19 Desember 2024



(Tanya Kirsten Handoko)

PERANCANGAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN

KBR MEDIA

Tanya Kirsten Handoko

ABSTRAK

Setiap perusahaan memiliki kebutuhan untuk tetap relevan dengan tuntutan industri di era digital. *Rebranding* perusahaan menjadi hal yang tak dapat dihindari untuk sebuah perusahaan tetap dapat bersaing. Salah satu perusahaan yang terus melakukan *rebranding* dalam upaya menjadi relevan untuk dapat bersaing adalah KBR Media. Untuk dapat mengkomunikasikan nilai dan identitas barunya, KBR Media dapat memanfaatkan profil perusahaan yang komprehensif. Utamanya, dalam bentuk video yang lebih dinamis dan relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Perancangan video profil perusahaan ini menggunakan konsep produksi video yang meliputi tiga proses, yaitu proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Karya ini kemudian juga melalui proses evaluasi melalui kuesioner dengan metode pemilihan sampel *snowball sampling*. Melalui karya ini, KBR Media dapat secara lebih mudah dan praktis memperkenalkan identitas baru perusahaan kepada pemangku kepentingan serta klien.

Kata kunci: Profil Perusahaan, Video, Audiovisual, KBR Media



DESIGNING KBR MEDIA'S COMPANY PROFILE VIDEO

Tanya Kirsten Handoko

ABSTRACT

To stay relevant with demands in the industry, every company needs to blend in with how digital the world has turn into. Corporate rebranding is also inevitable for companies to remain competitive. One of many companies that continuously engages in rebranding efforts to stay relevant is KBR Media. To effectively communicate its new values and identity, the company can leverage a comprehensive company profile. Particularly, in the form of a video as it serves as a more dynamic solution and is aligned with current technological advancements. The design of this company profile video utilizes the video production concepts, including three key processes: pre-production, production, and post-production. The project evaluation is done by giving out evaluation form with the snowball sampling method. Through this project, KBR Media could introduce its new identity to their stakeholders and clients with more practicality.

Keywords: *Company Profile, Video, Audiovisual, KBR Media*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Karya	6
1.3 Kegunaan Karya.....	6
1.3.1 Kegunaan Akademis	6
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Referensi Karya.....	7
2.2 Landasan Konsep	13
2.2.1 <i>Company Profile</i>	13
2.2.2 <i>Cinematography</i>	14
2.2.3 Produksi Video	16
2.2.4 Audio, Musik Latar, dan Efek Suara.....	19
2.2.5 Takarir	20
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	21
3.1 Tahapan Pembuatan	21
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.1.2 Metode Perancangan Karya.....	25
3.2 Rencana Anggaran	30
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	31
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	32

4.1	Strategi Perancangan	32
4.1.1	Praproduksi	32
4.1.2	Produksi	38
4.1.3	Pascaproduksi.....	39
4.2	Implementasi Karya.....	40
4.2.1	Praproduksi	40
4.2.2	Produksi	58
4.2.3	Pascaproduksi.....	59
4.3	Evaluasi	62
BAB V	KESIMPULAN SARAN.....	66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran.....	67
5.2.1	Saran Akademis	67
5.2.2	Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Referensi Karya	9
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi Karakteristik Audiens.....	26
Tabel 3.2 Linimasa Perancangan Karya.....	29
Tabel 3.3 Rencana Anggaran Karya	30
Tabel 4.1 Tabel Konsep Karya.....	34
Tabel 4.2 <i>Draft Storyline</i> Video Karya Utama	35
Tabel 4.3 <i>Draft Storyline</i> Video Karya No. 2	35
Tabel 4.4 <i>Draft Storyline</i> Video Karya No. 3	36
Tabel 4.5 <i>Draft Storyline</i> Video Karya No. 4	36
Tabel 4.6 <i>Script</i> Video Karya No. 1.....	41
Tabel 4.7 <i>Script</i> Video Karya No. 2.....	47
Tabel 4.8 <i>Script</i> Video Karya No. 3.....	50
Tabel 4.9 <i>Script</i> Video Karya No. 4.....	52
Tabel 4.10 <i>List</i> Logistik	57
Tabel 4.11 Linimasa Produksi <i>Final</i>	58
Tabel 4.12 Tabel Anggaran <i>Final</i>	61
Tabel 4.13 Tabel Evaluasi Fisik Video Profil Perusahaan KBR Media	64
Tabel 4.14 Tabel Evaluasi Penyampaian Pesan Video Profil Perusahaan KBR Media.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 3P: <i>Proposition, Presence, and Process</i>	1
Gambar 1.2 Data Media berdasarkan Konstituen	2
Gambar 1.3 Persebaran Radio di Indonesia	3
Gambar 1.4 Persebaran Media Siber di Indonesia	3
Gambar 3.1 Tangkapan Layar Video Profil Perusahaan Bolt (1)	21
Gambar 3.2 Tangkapan Layar Video Profil Perusahaan Bolt (2)	22
Gambar 3.3 Tangkapan Layar Video Profil Perusahaan NET	23
Gambar 3.4 Video Profil Perusahaan IDN Times	24
Gambar 4.1 Contoh Pembedahan Video Referensi	34
Gambar 4.2 <i>Storyboard</i> Video No. 1	54
Gambar 4.3 <i>Storyboard</i> Video No. 2	54
Gambar 4.4 <i>Storyboard</i> Video No. 3	55
Gambar 4.5 <i>Storyboard</i> Video No. 4	55
Gambar 4.6 <i>Shot List</i> Produksi	56
Gambar 4.7 Contoh Koordinasi Pascaproduksi	59
Gambar 4.8 Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan) Tahap Pascaproduksi	60
Gambar 4.9 Penyebaran Kuesioner Evaluasi di Media Sosial	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	70
Lampiran B Form Bimbingan	72
Lampiran C Form Bimbingan dengan Pembimbing Ahli	73
Lampiran D Dokumentasi Bimbingan Pendamping Ahli	74
Lampiran E Surat Ijin Penggunaan Merk.....	75
Lampiran F Dokumentasi Proses Produksi (<i>Shooting</i>)	76
Lampiran G Dokumentasi Pascaproduksi	77
Lampiran H Tautan Video Company Profile	78
Lampiran I Form Evaluasi	79
Lampiran J Hasil Evaluasi	87

