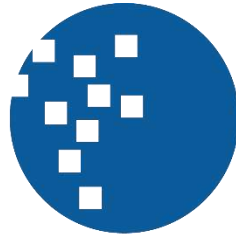


**RANCANGAN DAN PEMBUATAN *VIDEO COMPANY*
PROFILE MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Disty Dhama Yanti Saputri

00000057201

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

2025

**RANCANGAN DAN PEMBUATAN *VIDEO COMPANY*
PROFILE MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disty Dhama Yanti Saputri

00000057201

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Disty Dhama Yanti Saputri
NIM : 00000057201
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:
**RANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE
MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**
merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula
dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah
saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam
pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia
menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia
menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme
ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas
Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2024



Handwritten signature of Disty Dhama Yanti Saputri.

(Disty Dhama Yanti Saputri)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berbasis Karya dengan judul
**RANCANGAN DAN PEMBUATAN *VIDEO COMPANY PROFILE*
MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh

Nama : Disty Dhama Yanti Saputri
NIM : 00000057201
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi


Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
0325108004

Penguji



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
0331077503

Pembimbing



Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0302077104

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Disty Dhama Yanti Saputri
NIM : 00000057201
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : RANCANGAN DAN PEMBUATAN
VIDEO COMPANY PROFILE
MEDIABRANDS CONTENT STUDIO
SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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.
- Lainnya, hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Disty Dhama Yanti Saputri)

** 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 atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan Skripsi berbasis Karya ini dengan judul: **RANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI MEDIA PROMOSI** yang disusun bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi berbasis karya, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., 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. Ibu Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi berbasis karya ini.
5. Ibu Natalia Depita, S.Sn., M.Sn., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi berbasis karya ini.
6. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan dukungan penuh dalam material dan moral, serta memberikan kepercayaan penuh kepada penulis untuk mengemban pendidikan hingga titik ini.
7. Mba Vanessa Arsanti, selaku *Account Director* yang telah memberikan bimbingan dalam mempelajari perusahaan.
8. Mba Raddino Jehian, selaku *Strategic Director* yang telah memberikan bimbingan selama proses perancangan karya.

9. Kak Raden Widho Ratrianto, selaku Supervisi Magang yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses karya berlangsung.
10. Seluruh tim Mediabrands Content Studio yang telah memberikan saya kesempatan untuk melaksanakan karya selama proses magang berlangsung.
11. Naufal Radhitya Daniswara, sebagai motivator yang memberikan dukungan penuh selama pelaksanaan karya hingga penulisan skripsi karya ini.
12. Pricilla Angel Wijaya, Jolynn Alexander Lim, dan Levita Clen, sebagai teman terbaik selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara.

Semoga skripsi karya ini dapat menjadi pembelajaran baru, motivasi, dan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Tentunya skripsi karya ini menjadi langkah awal bagi penulis dalam mencapai cita-cita yang selalu dilangitkan.

UMN

Tangerang, 16 Desember 2024



(Disty Dhama Yanti Saputri)

UNIVERSITAS -
MULTIMEDIA
NUSANTARA

RANCANGAN DAN PEMBUATAN *VIDEO COMPANY PROFILE* MEDIABRANDS CONTENT STUDIO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Disty Dhama Yanti Saputri

ABSTRAK

Di tengah perkembangan industri pemasaran digital, IPG Mediabrands menciptakan unit agensi Mediabrands Content Studio yang berfokus dalam memberi layanan pemasaran digital. Namun, setelah melakukan observasi, studi pustaka, dan wawancara, ditemukan permasalahan tidak adanya media promosi pendukung seperti *company profile* MBCS yang dapat dilihat oleh calon klien secara spesifik dalam waktu singkat. Sehingga dilaksanakannya perancangan dan pembuatan video *company profile* sebagai media promosi yang memuat informasi tentang perusahaan, nilai-nilai yang dibawa, layanan yang diberikan, portofolio, dan kelebihan perusahaan dibandingkan dengan kompetitor. Perancangan dan pembuatan video *company profile* ini menggunakan konsep dan teori *scriptwriting*, *brand guideline*, *corporate communication*, *company profile*, dan *video production* melalui tiga bagian yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Sebagai agensi digital yang memberikan layanan pemasaran, video *company profile* dirancang dengan menggabungkan konsep video sinematik dan video kinetik yang menggambarkan dinamika media digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video *company profile* ini dapat digunakan sebagai media promosi penunjang dan dianggap mampu membuka peluang kerja sama dengan calon klien.

Kata kunci: Mediabrands Content Studio, Media Promosi, Video Profil Perusahaan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DEVELOPMENT AND PRODUCTION OF A COMPANY PROFILE VIDEO FOR MEDIABRANDS CONTENT STUDIO AS A PROMOTIONAL MEDIA

Disty Dhama Yanri Saputri

ABSTRACT

Amid the development of the digital marketing industry, IPG Mediabrands established Mediabrands Content Studio (MBCS), an agency unit specializing in providing digital marketing services. However, after conducting observations, literature reviews, and interviews, a key issue was identified: the lack of promotional media, such as a company profile, that potential clients could quickly and specifically review. To address this, the design and creation of a company profile video were undertaken as a promotional tool. This video conveys information about the company, its core values, the services offered, its portfolio, and the competitive advantages that set it apart from competitors. The design and production of the company profile video are guided by concepts and theories related to scriptwriting, brand guidelines, corporate communication, company profiles, and video production, carried out in three stages: pre-production, production, and post-production. As a digital agency offering marketing services, the company profile video is crafted by combining cinematic and kinetic video concepts, reflecting the dynamic nature of digital media. The evaluation results show that this company profile video can be used as supporting promotional media and is considered capable of opening up opportunities for collaboration with potential clients.

Keywords: *Company Profile Video, Mediabrands Content Studio, Promotional Media*

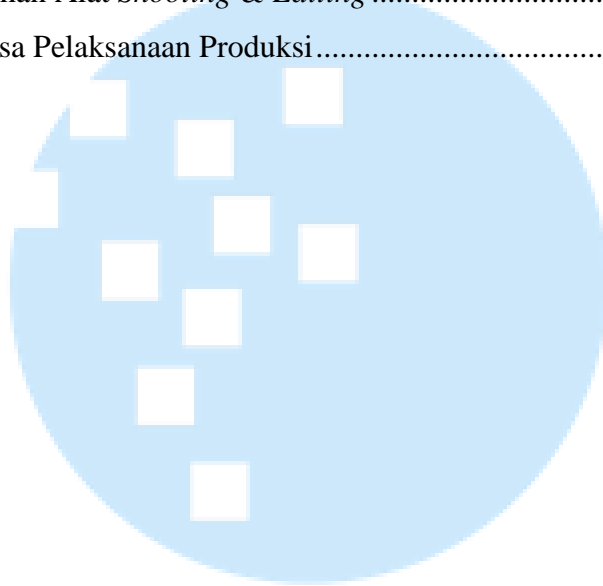
DAFTAR ISI

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	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	12
1.3 Kegunaan Karya	12
1.3.1 Kegunaan Akademis	12
1.3.2 Kegunaan Praktis	12
1.3.3 Kegunaan Sosial	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Referensi Karya	14
2.2 Landasan Konsep	24
2.2.1 <i>Copywriting</i>	24
2.2.2 <i>Brand Guideline</i>	26
2.2.3 <i>Corporate Communications</i>	28
2.2.4 <i>Company Profile</i>	30
2.2.5 <i>Video Production</i>	31
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	45
3.1 Tahapan Pembuatan	45
3.1.1 Pengumpulan Data	45
3.1.2 Identifikasi Masalah	47
3.1.3 Mengembangkan Ide & Konsep	47
3.1.4 Proposal	48
3.1.5 <i>Shooting</i>	48

3.1.6 <i>Editing</i>	48
3.1.7 <i>Rendering</i>	49
3.1.8 <i>Finishing</i>	49
3.1.9 Evaluasi.....	49
3.1. Rencana Anggaran	49
3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI	50
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	51
4.1 Strategi Rancangan	51
4.1.1 <i>Profile Mediabrands Content Studio</i>	51
4.1.2 Hasil Pengumpulan Data.....	54
4.2 Hasil Karya	59
4.2.1 <i>Pre-Production</i>	59
4.2.2 <i>Production</i>	76
4.2.3 <i>Post-Production</i>	86
4.3 Evaluasi	90
4.2.1 Evaluasi Internal.....	90
4.2.2 Evaluasi Eksternal.....	92
BAB V KESIMPULAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
5.2.1 Saran Akademis.....	102
5.2.2 Saran Praktis.....	102
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Rencana Anggaran Karya	50
Tabel 4. 1 Total Anggaran Produksi	74
Tabel 4. 2 Kebutuhan Alat <i>Shooting & Editing</i>	75
Tabel 4. 3 Linimasa Pelaksanaan Produksi	75



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> dan Internet di Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Logo IPG Mediabrands	5
Gambar 1. 3 Sumber Penemuan Merek Berdasarkan Data.....	8
Gambar 1. 4 Logo Dentsu	10
Gambar 1. 5 Logo Ogilvy	10
Gambar 1. 6 Logo Narrada Communications	10
Gambar 2. 1 Referensi Karya Terdahulu 1	19
Gambar 2. 2 Referensi Karya Terdahulu 2	20
Gambar 2. 3 Referensi Karya Terdahulu 3	21
Gambar 2. 4 Referensi Karya Terdahulu 4	22
Gambar 2. 5 Referensi Karya Terdahulu 5	23
Gambar 2. 6 Referensi Karya Terdahulu 6	23
Gambar 3. 1 Tahapan Rancangan dan Pembuatan <i>Video Company Profile</i>	45
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Situs Web MBCS	56
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Instagram IPG Mediabrands Asia-Pasifik.....	56
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Kridensial IPG Mediabrands.....	57
Gambar 4. 4 <i>Company Profile</i> Perusahaan Bolt	60
Gambar 4. 5 Whello Agency <i>Introduction</i>	60
Gambar 4. 6 Referensi Video Sinematik	63
Gambar 4. 7 Referensi Video Kinetik.....	63
Gambar 4. 8 <i>Assets</i> Logo Mediabrands Content Studio	64
Gambar 4. 9 <i>Color Palette</i> Mediabrands Content Studio	65
Gambar 4. 10 <i>Font Poppins</i>	66
Gambar 4. 11 Gaya Ilustrasi Mediabrands Content Studio.....	66
Gambar 4. 12 <i>Tagline</i> Mediabrands Content Studio.....	67
Gambar 4. 13 Naskah Versi 1 - <i>Challenging</i>	68
Gambar 4. 14 Naskah Versi 2 - <i>How We Move</i>	68
Gambar 4. 15 Naskah Versi 3 - <i>Potential Unlocked</i>	69
Gambar 4. 16 Naskah Utama Part 1 - <i>Media-Born Content Studio</i>	69
Gambar 4. 17 Naskah Utama Part 2 - <i>Media-Born Content Studio</i>	70

Gambar 4. 18 Naskah Utama Part 3 - <i>Media-Born Content Studio</i>	70
Gambar 4. 19 <i>Storyboard</i> Versi 1 - <i>Challenging</i>	71
Gambar 4. 20 <i>Storyboard</i> Versi 2 - <i>How We Move</i>	71
Gambar 4. 21 <i>Storyboard</i> Versi Utama Part 1 - <i>Media-Born Content Studio</i>	72
Gambar 4. 22 <i>Storyboard</i> Versi Utama Part 2 - <i>Media-Born Content Studio</i>	72
Gambar 4. 23 <i>Storyboard</i> Versi Utama Part 3 - <i>Media-Born Content Studio</i>	73
Gambar 4. 24 <i>Shooting List</i> Versi 1 - <i>Challenging</i>	73
Gambar 4. 25 <i>Shooting List</i> Versi 2 - <i>How We Move</i>	73
Gambar 4. 26 <i>Shooting List</i> Versi Utama Part 1 - <i>Media-Born Content Studio</i> ...	73
Gambar 4. 27 <i>Shooting List</i> Versi Utama Part 2 - <i>Media-Born Content Studio</i> ...	74
Gambar 4. 28 <i>Aperture F-Stop</i> Kecil	76
Gambar 4. 29 <i>Aperture F-Stop</i> Besar	77
Gambar 4. 30 <i>Shutter Speed</i> Subjek Bergerak	77
Gambar 4. 31 <i>Framing Rule of Thirds</i>	78
Gambar 4. 32 <i>Framing Leading Lines</i>	79
Gambar 4. 33 <i>Framing Balance</i>	79
Gambar 4. 34 <i>Framing Negative Space</i>	80
Gambar 4. 35 <i>Wide Shot</i>	81
Gambar 4. 36 <i>Full Shot</i>	81
Gambar 4. 37 <i>Medium Shot</i>	81
Gambar 4. 38 <i>Medium Close Up Shot</i>	82
Gambar 4. 39 <i>Close Up Shot</i>	82
Gambar 4. 40 <i>Over Shoulder Shot</i>	82
Gambar 4. 41 <i>Point of View Shot</i>	83
Gambar 4. 42 <i>High Angle Shot</i>	83
Gambar 4. 43 <i>Eye Level Shot</i>	84
Gambar 4. 44 <i>Low Angle Shot</i>	84
Gambar 4. 45 <i>Panning Right Move</i>	85
Gambar 4. 46 <i>Crab Right Move</i>	85
Gambar 4. 47 <i>Dolly In Move</i>	85
Gambar 4. 48 <i>Dolly Out Move</i>	86

Gambar 4. 49 <i>Floating Move</i>	86
Gambar 4. 50 <i>Cutting on Action</i>	87
Gambar 4. 51 <i>Match Cut</i>	87
Gambar 4. 52 <i>Jump Cut</i>	88
Gambar 4. 53 Contoh Penambahan Efek Visual.....	88
Gambar 4. 54 Hasil <i>Voice Over</i> Naskah.....	89
Gambar 4. 55 Nama Lengkap Responden Evaluasi Ekseternal	94
Gambar 4. 56 Umur Responden Evaluasi Eksternal	95
Gambar 4. 57 Pekerjaan Responden Evaluasi Eksternal	95
Gambar 4. 58 Pertanyaan Pengenalan Perusahaan	95
Gambar 4. 59 Pengetahuan Media Informasi MBCS.....	96
Gambar 4. 60 Pertanyaan Kuisisioner 1	96
Gambar 4. 61 Pertanyaan Kuisisioner 2	97
Gambar 4. 62 Pertanyaan Kuisisioner 3	97
Gambar 4. 63 Pertanyaan Kuisisioner 4	98
Gambar 4. 64 Pertanyaan Kuisisioner 5	98
Gambar 4. 65 Pertanyaan Kuisisioner 6	99
Gambar 4. 66 Pertanyaan Kuisisioner 7	99
Gambar 4. 67 Pertanyaan Kuisisioner 8	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Hasil Karya.....	110
Lampiran B - Surat Izin Pembuatan Karya.....	112
Lampiran C - MBKM-04	113
Lampiran D - Form Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing.....	114
Lampiran E - Form Bimbingan Tugas Akhir Dosen Ahli.....	115
Lampiran F - Dokumentasi Bimbingan Dosen Ahli	116
Lampiran G - Dokumentasi Evaluasi Internal Hasil Karya	117
Lampiran H - Evaluasi Eksternal Hasil Karya.....	118
Lampiran I - Transkrip Wawancara Narasumber.....	119
Lampiran J - Hasil Turnitin.....	127
Lampiran K - Dokumentasi Pendukung.....	128

