

## **ABSTRAK**

**Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds**

### **PROMOTION VIDEO DESIGN TAMAN MINI INDONESIA INDAH**

Written Project Report

Study Programs Design and Creative Arts Department of Visual Communication Design  
Mercu Buana University Jakarta, 2016

**By: Ryan Ardinata**

Along with the fast and stable internet access, video content becomes more and more popular. It is undeniable that the Internet penetration and also the increasing speed of Internet access has an important role in this growth. Internet users also seemed already saturated with text-based content and still images only, so the video content to be an alternative. Of course, digest video content is "easy" and "light" than reading or interpreting a still image.

The purpose of this design are: Designing Video Promotion for Taman Mini Indonesia Indah, further to its purpose: to promote Taman Mini makes prospective visitors be remembered and who had never been wanted to visit again to TMII with the formula: 1. How to create exciting promotional video interest in the audience? 2. How to create a promotional video that is memorable? 3. How to make a promotional video that has Visual and Audio good?

The effect they so wanted to invite her to reminisce those closest to Taman Mini. Then for that has never been my hope they become curious and interested to visit Taman Mini.

**Keywords:** promotion video, taman mini Indonesia indah

**MERCU BUANA**

## **PERANCANGAN VIDEO PROMOSI TAMAN MINI INDONESIA INDAH**

Pertanggung jawaban Tertulis

Program Studi Desain dan Seni Kreatif Jurusan Desain Komunikasi Visual

Universitas Mercu Buana Jakarta, 2016

**Oleh: Ryan Ardinata**

Seiring dengan makin cepat dan stabilnya akses internet, konten video menjadi semakin banyak diminati. Tak bisa dipungkiri kalau penetrasi internet dan juga semakin meningkatnya kecepatan akses internet punya peran yang penting dalam pertumbuhan ini. Pengguna internet pun sepertinya sudah mulai jenuh dengan konten berbasis teks dan gambar diam saja, sehingga konten video menjadi alternatif. Tentu saja, mencerna konten video lebih “mudah” dan “ringan” dibandingkan membaca atau menginterpretasi sebuah gambar diam.

Maksud dari perancangan ini adalah: Merancang Video Promosi untuk Taman Mini Indonesia Indah, selanjutnya untuk tujuannya: untuk mempromosikan Taman Mini yang membuat calon pengunjung menjadi teringat dan yang belum pernah berkunjung ingin berkunjung lagi ke TMII dengan rumusan: 1. Bagaimana membuat video promosi yang menarik minat penonton ?, 2. Bagaimana membuat video promosi yang bersifat memorable ?, 3. Bagaimana membuat video promosi yang memiliki Visual dan Audio yang baik ?

Efek nya mereka jadi ingin mengajak orang terdekat nya untuk bernostalgia ke Taman Mini. Lalu untuk yang belum pernah berkunjung saya berharap mereka menjadi penasaran dan tertarik untuk berkunjung ke Taman Mini.

**Kata kunci:** video promosi, taman mini Indonesia indah

**MERCU BUANA**