



**PERANCANGAN STRATEGI KONSEP DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
(PULPIN MANAGEMENT)**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)

Komunikasi Bidang Studi Digital Communication

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

MUHAMMAD DIO ARMANDO – 44516010002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Dio Armando

NIM : 44516010002

Konsentrasi : Komunikasi Digital

Menyatakan dengan ini sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul : **Perancangan Strategi Konsep Dalam Pembuatan Company Profile Untuk Membangun Brand Image (Pulpin Management)** adalah hasil murni karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan dari sumber informasinya telah saya cantumkan sebagai mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses skripsi dari awal.

Jakarta, 12 Juni 2020

Yang membuat pernyataan,



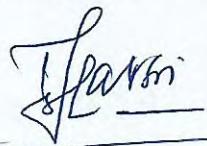
Muhammad Dio Armando

Dosen Pembimbing II Dosen Pembimbing I
MERCU BUANA

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

(Yuni Tresanawati, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Komunikasi Digital


(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR APLIKATIF

Judul : **PERANCANGAN KONTEN KREATIF DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
(PULPIN MANAGEMENT)**

Nama : Muhammad Dio Armando

Nim : 445161010002

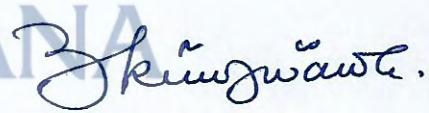
Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 12 Juni 2020
Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing II


SITI MUSLICHATUL MAHMUDAH, M.IKOM

Dosen Pembimbing I


YUNI TRESNAWATI, M.IKOM



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN KONTEN KREATIF DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE
(PULPIN MANAGEMENT)

Nama : Muhammad Dio Armando

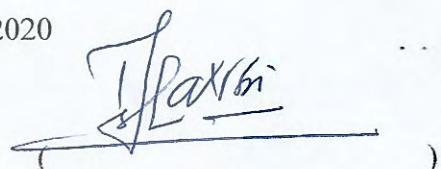
Nim : 445161010002

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 12 Juni 2020

Ketua Sidang,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si



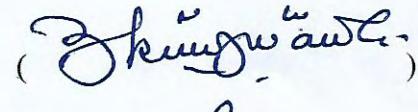
Penguji Ahli

Andri Budi Widodo, M.Ikom



Pembimbing I

Yuni Tresnawati, M.Ikom



Pembimbing II

Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom





Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN KONTEN KREATIF DALAM PEMBUATAN *COMPANY PROFILE* UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE* (*PULPIN MANAGEMENT*)

Nama : Muhammad Dio Armando

Nim : 445161010002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 12 Juni 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Komunikasi Digital

(Dadan Iskandar, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M.Com., Ph.D.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Muhammad Dio Armando
44516010002
Perancangan Perancangan Strategi Konsep Dalam Pembuatan Company Profile Untuk
Membangun Brand Image (Pulpin Management)
Jumlah Halaman : 89
Bibliografi : 5 bab 87 Hal + Lampiran + 27 buku + 7 Internet

ABSTRAK

Pulpin Management adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Digital Agensi Kreatif. Dimana mereka memiliki cita – cita untuk membantu perusahaan dalam mengelola platform media digital yang belum mereka kuasai. Sebab itu Pulpin Management memberikan pelayanan serta jasa dalam mengemas sebuah konten untuk dipublikasi disegala platform media digital yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Sebagai Strategi Konsep, penulis membuat sebuah konsep berupa rancangan untuk video promosi *company profile*, agar para peminat jasa pengelolaan terhadap media digital lebih *aware* terhadap Pulpin Management bahwa jasa yang diberikan oleh Pulpin Management terbukti nyata.

Hasil dari rancangan yang penulis buat meliputi proses dan tahapan perencanaan untuk video audiovisual *company profile* Pulpin Management yaitu perencanaan strategi, analisis produksi dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, dari perencanaan strategi yang telah diterima oleh pihak Pulpin Management dapat dikatakan berhasil dalam memperkenalkan atau membangun *image* baru Pulpin Management dengan dipublikasinya dan komentar terkait video *company profile* tersebut.

Kata Kunci : Strategi Konsep, *Brand Image*, *Company Profile*, *Audiovisual*, Pulpin Management



*Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Digital Communication Studies
Muhammad Dio Armando
44516010002
Concept Strategy Planner in Making Company Profile to Build Brand Image
(Pulpin Management)
Number of Pages: 89
Bibliography: 5 chapters 87 Pages + Appendices + 27 books + 7 Internet*

ABSTRACT

Pulpin Management is a company engaged in Digital Creative Agency. Where they have aspirations to help companies manage digital media platforms that they have not yet mastered. Therefore Pulpin Management provides services and services in packaging content to be published on all digital media platforms that are needed by the company.

As a Concept Strategy, the writer makes a concept in the form of a design for company profile promotion video, so that those interested in managing digital media services are more aware of Pulpin Management that the services provided by Pulpin Management are proven to be real.

The results of the design that the author made include the process and stages of planning for the company's audiovisual video profile Pulpin Management namely strategic planning, production analysis, and evaluation. Based on the evaluation results, the strategic planning received by Pulpin Management can be said to be successful in introducing or building a new image of Pulpin Management with the publication and comments related to the company profile video.

Keywords: Concept Strategy, Brand Image, Company Profile, Audiovisual, Pulpin Management

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan untuk kebutuhan tugas akhir dan penulisan laporannya. Pada penyusunan laporan ini memiliki tujuan untuk salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi para mahasiswa Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi *Digital Communication* sebagai bentuk bukti bahwa telah melakukan perancangan dalam tugas akhir dengan judul “Perancangan Strategi Konsep Dalam Pembuatan Company Profile Pulpin Management Untuk Membangun Brand Image”.

Penulis ingin menyampaikan bahwa dalam pembuatan ataupun penyusunan dalam laporan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan maupun kesalahan dalam menyampaikan pesan. Penulis berharap banyak kepada pembaca dalam memberikan saran positif untuk menyempurnakan laporan ini. Terkait pembuatan laporan yang ada, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak terkait yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan laporan ini, terutama kepada :

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku dosen pembimbing I aplikatif yang telah meluangkan waktunya dan pemikirannya untuk membimbing penulis sampai akhir.
2. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan segala sesuatu urusan terkait penyusunan laporan tugas akhir.
3. Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Abdul Rahman HI, MM, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

6. Bapak Dadan Iskandar., M.Si selaku Ketua Bidang Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Ketua Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
9. Seluruh Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
10. Teristimewa Mama tercinta dan kakak – kakak tercinta yang telah membantu serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan maupun eksekusi dalam membuat tugas akhir ini.
11. Bapak Kurniawan Prasetyo M.Ikom selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu buana, yang juga ikut meluangkan waktu untuk membantu, mengajarkan serta membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
12. Ibu Muthia Rahayu M.Ikom selaku dosen jurusan Digital Communication Universitas Mercu buana, yang telah meluangkan waktu untuk mengajar dan membimbing penulis.
13. Sahabat penulis dari perkumpulan anak – anak MOKONDO dan SUKSES yang telah ikut meramaikan dan banyak membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Teman – teman *Digital Communication* angkatan 2016 yang dimana mereka membantu memberikan motivasi dan kesenangan sepanjang pembuatan tugas akhir.
15. Serta yang terakhir penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang yang telah berpartisipasi dalam membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan kegiatan dan tugas akhir.

Tangerang, 14 April 2020

Muhammad Dio Armando

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR APLIKATIF.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG APLIKATIF	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	7
1.3 TUJUAN PERANCANGAN	7
1.4 ALASAN PEMILIHAN JUDUL.....	8
1.5 MANFAAT PERANCANGAN.....	8
1.5.1 MANFAAT AKADEMIS.....	8
1.5.2 MANFAAT PRAKTIS	8
BAB II : KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 LANDASAN TEORI	9
2.1.1 KOMUNIKASI	9
2.1.2 KOMUNIKASI DIGITAL	9
2.1.3 PROSES KOMUNIKASI	10

2.1.4	UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI	10
2.1.5	STRATEGI	11
2.1.6	STRATEGI KOMUNIKASI	13
	2.1.6.1 STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERENCANAAN KOMUNIKASI	15
	2.1.6.2 STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL.....	16
2.1.7	KONSEP	17
2.1.8	PERANCANGAN	20
2.1.9	<i>BRAND IMAGE</i>	20
2.1.10	<i>CORPORATE IDENTITY</i>	22
2.1.11	<i>COMPANY PROFILE</i>	23
2.1.12	MEDIA PUBLIKASI	25
2.2	REFERENSI KARYA	28
BAB III :	KONSEP PERANCANGAN	30
3.1	<i>TUJUAN KOMUNIKASI.....</i>	30
3.2	STRATEGI KOMUNIKASI	31
3.3	ANALISA SPESIFIKASI PROGRAM	33
3.4	GAMBARAN PERANCANGAN	36
	3.4.1 RENCANA PRA PRODUKSI.....	36
	3.4.2 RENCANA PRODUKSI	46
	3.4.3 RENCANA PASCA PRODUKSI	47
BAB IV :	ANALISIS PROSES	48
4.1	PROFILE TAYANGAN	48
	4.1.1 SINOPSIS	49
4.2	ANALISIS PROSES PRODUKSI	49

4.2.1	ANALISIS SITUASI	49
4.2.2	URAIAN EVALUASI	49
4.2.3	URAIAN TAHAP PRA PRODUKSI STRATEGI KONSEP	50
4.2.4	URAIAN TAHAP PRODUKSI STRATEGI KONSEP	58
4.2.5	URAIAN TAHAP PASCA PRODUKSI STRATEGI KONSEP	59
4.3	ANALISIS HASIL PRODUKSI	64
4.3.1	HASIL PENGGUNAAN TEKS VOICEOVER ...	64
4.3.2	HASIL TAMPILAN IMAGE VIDEO	69
4.3.3	HASIL KUISIONER MITRA	70
4.3.4	HASIL KUISIONER KHALAYAK.....	78
4.3.5	HASIL TUJUAN PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE.....	85
4.3.6	HASIL RANCANGAN JUDUL VIDEO DIYOUTUBE	86
4.3.7	HASIL RANCANGAN DESKRIPSI VIDEO DI YOUTUBE	86
BAB V :	PENUTUP	87
5.1	KESIMPULAN	87
5.2	SARAN	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		92

DAFTAR TABEL

3.1	ALUR KERJA	37
3.2	SHOTLIST	40
3.3	TIME SCHEDULE	40
3.4	RENCANA ANGGARAN	41
3.5	STORYLINE	42
3.6	PERANGKAT	46
4.1	ANALISIS SWOT PULPIN MANAGEMENT	51
4.2	ALUR PERTEMUAN DAN REVISI KLIEN.....	62
4.3	REALISASI PENGGUNAAN SCRIPT AKHIR PADA TALENT	63
4.4	HASIL RATA – RATA KUESIONER MITRA.....	77
4.5	HASIL RATA – RATA KUESIONER KHALAYAK.....	83



DAFTAR GAMBAR

1.1	JUMLAH START UP DI INDONESIA PADA TAHUN 2018.....	3
2.1	COMPANY PROFILE BASIC AGENCY	27
2.2	COMPANY PROFILE COW CREATIVE AGENCY	28
2.3	COMPANY PROFILE DIGITAL ARTHA	29
3.1	SCRIPT TALENT.....	45
3.2	VISUALISASI KONSEP	47
4.1	REFERENSI KARYA COW CREATIVE	53
4.2	REFERENSI KARYA COW CREATIVE 2	53
4.3	REFERENSI KARYA DIGITAL ARTHA	54
4.4	PROSES PEMBUATAN STORYLINE	55
4.5	PROSES PEMBUATAN TEKS VOICEOVER	56
4.6	PROSES PEREKAMAN VOICEOVER	58
4.7	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 1	64
4.8	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 2	64
4.9	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 3	65
4.10	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 4	65
4.11	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 5	66
4.12	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 6	66
4.13	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 7	67
4.14	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 8	67
4.15	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 9	68
4.16	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 10	68
4.17	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 11	68
4.18	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 12	68
4.19	PENGGUNAAN TEKS DAN VOICEOVER 13	69
4.20	JUDUL VIDEO YOUTUBE	85
4.21	DESKRIPSI VIDEO YOUTUBE	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SCRIPT TALENT	93
LAMPIRAN 2 CLIENT BRIEF	94
LAMPIRAN 3 HASIL RATA – RATA KUISIONER MITRA.....	95
LAMPIRAN 4 HASIL RATA – RATA KUISIONER KHALAYAK	96
LAMPIRAN 5 SURAT MITRA	97
LAMPIRAN 6 HASIL DISKUSI	98
LAMPIRAN 7 CV	99

