



**PERANCANGAN KONTEN KREATIF 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

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Irfan Aji Wahyudi

44516010020

BIDANG STUDI DIGITAL COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irfan Aji Wahyudi

NIM : 44516010020

Konsentrasi : Komunikasi Digital

Menyatakan dengan ini sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul : **Perancangan Konten Kreatif 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,

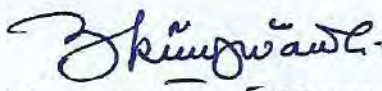
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing II

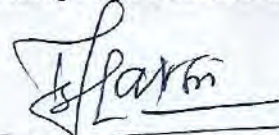

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)



Dosen Pembimbing I


(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 : Irfan Aji Wahyudi

Nim : 445161010020

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)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF

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

Nama : Irfan Aji Wahyudi

Nim : 445161010020

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 12 Juni 2020

Ketua Sidang,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si



(_____)

Penguji Ahli

Andri Budi Widodo, M.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(_____)

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 : Irfan Aji Wahyudi

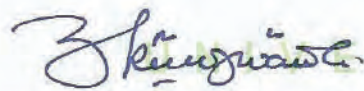
Nim : 445161010020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 12 Juni 2020
Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I


(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

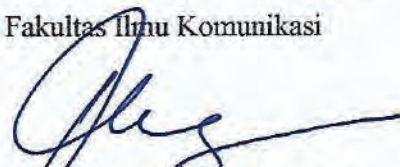
Dosen Pembimbing II


(Siti Muslichatul Machmudah, M.Ikom.)


Ketua Bidang Studi Komunikasi Digital


(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Ponce Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Perancangan Konten Kreatif Dalam Pembuatan *Company Profile* untuk Membangun *Brand Image* (Pulpin Management)

Jumlah Halaman : 132 Halaman

Bibliografi : 5 Bab 132 Halaman + 10 Lampiran + 23 Buku + 4 Jurnal + 10 Internet

ABSTRAK

Pulpin Management merupakan digital agency yang memberikan jasa berupa sosial media handel dan youtube handel yang dikerjakan secara profesional oleh orang – orang yang handal di bidangnya masing – masing. Pada perkembangan media digital digital agency memerlukan *company profile* sebagai bahan promosi dan juga memperkenalkan perusahaan mereka kepada khalayak luas menggunakan media audiovisual.

Oleh karena itu penulis sebagai konten kreatif bersama dengan strategi konsep diminta oleh Pulpin Management membuat *company profile* sebagai media untuk memperkenalkan kepada khalayak dengan menampilkan jasa – jasa yang mereka berikan dan juga klien yang pernah mereka tangani. Jenis perancangan yang digunakan konten kreatif sebagai acuan dalam membuat *company profile* yaitu konsep konten, kreatif dan *company profile* yang memiliki kriteria sejarah perusahaan, filosofi perusahaan, budaya perusahaan dan lain – lain.

Hasil perancangan *company profile* Pulpin Management menghasilkan *company profile* dengan durasi 01.58 menit yang mencakup kriteria – kriteria yang di butuhkan dalam sebuah *company profile*. Hasil akhir *company profile* tersebut akan diunggah ke akun youtube Pulpin Management yang nantinya akan menjadi media audiovisual untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang apa itu Pulpin Management.

Kata Kunci : *Konten Kreatif, Company Profile, Brand Image*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A

Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Field of Studies *Digital Communication*
Irfan Aji Wahyudi
44516010020

Designing Creative Content in Making Company Profile to Build Brand Image
(Pulpin Management)

Number of pages : 132 Pages

Bibliografi : 5 Chapters 132 Pages + 10 Attachments + 20 Books + 4
Journals + 10 Internets

ABSTRACT

Pulpin Management is a digital agency that provides services in the form of social media handles and YouTube handles that are done professionally by people who are reliable in their respective fields. In the development of digital media digital agency requires a company profile as promotional material and also introduces their company to a wide audience using audiovisual media.

Therefore the writer as a creative content along with the concept strategy requested by Pulpin Management created a company profile as a medium to introduce to the audience by displaying the services they provide and also the clients they have handled. The type of design used by creative content as a reference in creating a company profile is the concept of content, creative and company profile that has the criteria of company history, corporate philosophy, corporate culture, and others.

The results of the design of the company profile Pulpin Management produce a company profile with a duration of 01.58 minutes which covers the criteria needed in a company profile. The final results of the company profile will be uploaded to the Pulpin Management youtube account which will later become an audiovisual media to provide information to the public about what Pulpin Management is.

Keywords : Creative Content, Company Profile, Brand Image

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 Sulisty, M.Comn., 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, Bapak dan Adik 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. Partner Tugas Akhir Aplikatif M. Dio Armando yang telah bekerja sama dalam menyelesaikan tugas akhir ini dari mulai perancangan hingga akhir eksekusi dan menulis laporan.
14. Popy Prilyantinasari Sahabat terbaik yang sudah ikut membantu, memotivasi, meluangkan waktu dan memberikan semangat dalam pengerjaan laporan tugas akhir.
15. Sahabat penulis Irfan Fajri, M. Naufal Ramdan, Andika Reza, Rungga Abdi Pratama, Zhafirah Farras Hanifah, Febria Yolanda, Deliana Safitri, Dwi Setyo Rini yang telah ikut meramaikan dan banyak membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
16. Teman – teman *Digital Communication* angkatan 2016 yang dimana mereka membantu memberikan motivasi dan kesenangan sepanjang pembuatan tugas akhir.

17. 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



Irfan Aji Wahyudi



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR APLIKATIF	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	7
1.3 TUJUAN PERANCANGAN	7
1.4 ALASAN PEMILIHAN JUDUL	7
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 PENGERTIAN KOMUNIKASI	9
2.1.2 PROSES KOMUNIKASI	9
2.1.3 KOMUNIKASI DIGITAL	10

2.1.4	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN	
	DIGITAL	10
2.1.5	PERANCANGAN	11
2.1.6	KONTEN	12
2.1.6.1	JENIS – JENIS KONTEN	12
2.1.6.2	TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR	13
2.1.6.3	AUDIO VISUAL	14
2.1.6.4	ELEMEN DESAIN	16
2.1.6.5	PROSES <i>EDITING</i>	20
2.1.7	KREATIF	20
2.1.8	<i>COMPANY PROFILE</i>	22
2.1.9	<i>BRAND IDENTITY</i>	24
2.1.10	<i>BRAND IMAGE</i>	25
2.1.11	PUBLIKASI	28
2.2	REFERENSI KARYA	28
2.2.1	<i>COMPANY PROFILE</i> BASIC AGENCY	28
2.2.2	<i>COMPANY PROFILE</i> METRICS WORK INDONESIA	29
2.2.3	<i>COMPANY PROFILE</i> DOXA AGENCY	31
BAB III:	KONSEP PERANCANGAN	32
3.1	TUJUAN KOMUNIKASI	32
3.2	STRATEGI KOMUNIKASI	33
3.2.1	PENDEKATAN KOMUNIKASI	35
3.3	ANALISA SPESIFIKASI PROGRAM	36
3.4	GAMBARAN PERANCANGAN	39

3.4.1	RENCANA PRA PRODUKSI.....	40
3.4.2	RENCANA PRODUKSI	50
3.4.3	RENCANA PASCA PRODUKSI	53
BAB IV:	ANALISIS PROSES	57
4.1	PROFIL TAYANGAN	57
4.1.1	SINOPSIS	58
4.2	ANALISIS PROSES PRODUKSI	58
4.2.1	ANALISIS PROSES.....	58
4.2.1.1	ANALISIS PRA PRODUKSI.....	59
4.2.1.2	ANALISIS PRODUKSI	60
4.2.1.3	ANALISIS PASCA PRODUKSI.....	64
4.3	SWOT ANALISIS	69
4.4	ANALISIS SITUASI	72
4.5	EVALUASI	73
4.6	ANALISIS HASIL PRODUKSI	74
4.6.1	HASIL VIDEO DARI <i>STORYBOARD</i>	74
4.6.2	HASIL TAMPILAN IMAGE VIDEO	82
4.6.3	HASIL KUESIONER MITRA	83
4.6.4	HASIL KUESIONER KHALAYAK	91
4.6.5	HASIL TUJUAN PERANCANGAN VIDEO <i>COMPANY PROFILE</i>	103
4.6.6	HASIL AKHIR VIDEO.....	104
BAB V:	KESIMPULAN.....	105
5.1	KESIMPULAN	105
5.2	SARAN	106

5.2.1	SARAN AKADEMIS	106
5.2.2	SARAN PRAKTIS	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

3.1	ALUR KERJA	41
3.2	<i>SHOTLIST</i>	44
3.3	<i>TIME SCHEDULE</i>	45
3.4	RENCANA ANGGARAN	46
3.5	<i>STORYBOARD</i>	47
3.6	<i>SCRIPT TALENT</i>	49
3.7	PERANGKAT	53
4.1	ANALISIS SWOT PULPIN MANAGEMENT	71
4.2	REALISASI PENGGUNAAN SCRIPT AKHIR PADA TALENT	77
4.3	HASIL RATA – RATA KUESIONER MITRA	90
4.4	HASIL RATA – RATA KUESIONER KHALAYAK	102



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

2.1	COMPANY PROFILE BASIC AGENCY	28
2.2	COMPANY PROFILE METRICS WORK INDONESIA	29
2.3	COMPANY PROFILE DOXA AGENCY	30
3.1	ALUR KERJA STRATEGI KONSEP DAN KONTEN KREATIF	42
3.2	TAMPILAN SOFTWARE ADOBE PREMIERE PRO CC 2020	55
4.1	PROSES EDITING	64
4.2	PROSES PEMBUATAN MOTION GRAPHIC	66
4.3	PROSES COLOR CORECTION	67
4.4	PROSES RENDERING	68
4.5	KALIMAT PEMBUKA COMPANY PROFILE	74
4.6	BUMPER LOGO PULPIN MANAGEMENT	74
4.7	FOOTAGE KOTA JAKARTA	75
4.8	PENYAMPAIAN INFORMASI DARI CREATIVE DIRECTOR	75
4.9	PENYAMPAIAN INFORMASI TENTANG KANTOR	76
4.10	SOSIAL MEDIA HANDLE	77
4.11	YOUTUBE HANDLE	78
4.12	BEHIND THE SCENE PENANGANAN KLIEN	79
4.13	LOGO – LOGO KLIEN YANG PERNAH DITANGANI	79
4.14	KARYA YANG PERNAH DIBUAT	80
4.15	PHOTOSHOOT PRODUK	81
4.16	CONTACT PERSON	81
4.17	BUMPER PENUTUP	82
4.18	FOLDER COMPANY PROFILE PULPIN MANAGEMENT	104

DAFTAR LAMPIRAN

SCRIPT TALENT AWAL.....	111
SCRIPT IMPROVISASI OLEH TALENT	111
BRIEF KLIEN	112
HASIL KUESIONER MITRA	113
HASIL KUESIONER KHALAYAK.....	118
HASIL RATA – RATA KUESIONER MITRA	125
HASIL RATA – RATA KUESIONER KHALAYAK	126
SURAT KESEDIAAN SEBAGAI MITRA	127
LEMBAR PENGESAHAN STORYBOARD OLEH MITRA	128
CV	129

