

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN VIDEO *REELS* UNTUK PROMOSI “RUMAH KARIKATUR” DALAM INSTAGRAM



Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:
Medelin Yudivi
NIM: 42321010021

Dosen Pembimbing:
Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCUBUANA MERUYA JAKARTA
2025**

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	---	---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Medelin Yudiwi
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010021
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,



Medelin Yudiwi
 (42321010021)

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Medelin Yudivi
NIM : 42321010021
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Video Reels Untuk Promosi “Rumah Karikatur” Dalam Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Edwar Juanda, S.Ds, M.IKom
NIDN : 0318018803
Ketua Penguji : Edwar Juanda, S.Ds, M.IKom
NIDN : 0318018803
Penguji 1 : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom
NIDN : -
Penguji 2 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif

(Dr. Agus Budr Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 <i>Latar Belakang</i>	1
1.2 <i>Masalah Perancangan</i>	3
1.3 <i>Batasan Masalah</i>	3
1.4 <i>Tujuan Perancangan</i>	3
BAB II.....	5
METODE PERANCANGAN.....	5
2.1 <i>Originalitas</i>	5
2.2 <i>Target Perancangan</i>	8
2.3 <i>Relevansi dan Konsekuensi Studi</i>	9
2.3.1 <i>Warna</i>	9
2.3.2 <i>Tipografi</i>	10
2.3.3 <i>Komposisi</i>	10
2.3.4 <i>Transisi</i>	10
2.3.5 <i>Storytelling</i>	10
2.3.6 <i>Copywriting</i>	11
2.3.7 <i>Motion graphic</i>	11
2.3.8 <i>Rendering</i>	11
2.3.9 <i>Audio</i>	12
2.4 <i>Skema Proses Desain</i>	12
2.4.1 <i>Empatize</i>	12

2.4.2	<i>Define</i>	13
2.4.3	<i>Ideate</i>	14
2.4.4	<i>Prototype</i>	19
2.4.5	<i>Testing</i>	21
BAB III.....		24
ANALISIS DATA & PERANCANGAN		24
3.1	<i>Positioning & Konsep Desain</i>	24
3.1.1	Positioning Karya.....	24
3.1.2	Konsep Desain.....	24
3.2	<i>Strategi Pesan</i>	24
3.2.1	Pesan Utama.....	24
3.2.2	Teknik <i>Value Propotion</i> (Proporsi Nilai).....	24
3.2.3	Alternatif Pesan.....	25
3.3	<i>Strategi Visual</i>	25
3.3.1	Eksplorasi dan Pengembangan Konsep Visual.....	25
3.2.1	Gaya Desain yang Digunakan.....	26
3.2.3	Gaya Bahasa Visual yang Digunakan.....	26
3.4	<i>Strategi Distribusi Karya</i>	26
BAB IV		29
ANALISIS DATA & PERANCANGAN		29
4.1	<i>Deksripsi Karya</i>	29
4.1.1	Visual Karya.....	29
4.2	<i>Hasil Karya</i>	32
4.2.1	Scene Digital beserta Penjelasan Visual.....	32
4.2.2	Media Pendukung.....	33
4.3	<i>Hasil relevansi karya dengan masalah perancangan</i>	35
4.3.1	Relevansi Penyajian Pesan dengan Target Perancangan.....	35
4.3.2	Relevansi Penyajian Visual dan Target Perancangan.....	36
4.4	<i>Distribusi Karya</i>	36
4.5	<i>Pameran Karya</i>	38
4.6	<i>Hasil Uji Desain</i>	39
4.6.1	Profil Pengguna.....	39
4.7	<i>Evaluasi Karya</i>	42
4.7.1	Menemukan Kekuatan Karya.....	42
4.7.2	Menemukan Kelemahan Karya.....	43
4.7.3	Merumuskan Perbaikan Karya.....	43
BAB V		44
KESIMPULAN DAN SARAN		44
5.1	<i>Kesimpulan</i>	44
5.2	<i>Saran</i>	44
5.2.1	Perencanaan Durasi dan Kecepatan Video.....	44

5.2.2	Pengayaan Informasi dan Subtitle	44
5.2.3	Diversifikasi Visualisasi Konten	45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN		48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Design Thinking	12
Gambar 2. Proses <i>Mindmap</i>	15
Gambar 3. <i>Moodboard</i>	15
Gambar 4. Proses <i>Design Thinking</i>	19
Gambar 5. <i>Moodboard</i>	20
Gambar 6. Proses penganimasi.....	21
Gambar 7. Proses penggabungan video & foto	22
Gambar 8. Palet warna.....	29
Gambar 9. Ilustrasi karikatur	30
Gambar 10. Font TW Chen MT.....	31
Gambar 11. Font Eating Pasta.....	31
Gambar 12. Mockup keychain.....	34
Gambar 13. Mockup kipas tangan	34
Gambar 14. Mockup notebook.....	35
Gambar 15. Mockup desain <i>merchandise</i>	37
Gambar 16. Pameran karya.....	38
Gambar 17. Kunjungan pameran Karya	39
Gambar 18. Hasil kuisioner.....	40

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Inspirasi Karya Sejenis.....	5
Tabel 2. Storyline Video Promosi 1.....	15
Tabel 3. Storyline Video Promosi 2.....	16
Tabel 4. Storyline Video Promosi 3.....	17
Tabel 5. Metode AISAS	26
Tabel 6. <i>Scene</i> video	32



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kartu Asistensi	48
2. Dokumentasi Pameran	49
3. Hasil Turnitin	50
4. Lembar Penilaian	52
5. Formulir Pendaftaran Sidang Tugas Akhir	53
6. Lembar Perbaikan	54
7. Hasil Karya	56



ABSTRAK

Perkembangan media digital telah mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam strategi promosi, salah satunya dengan memanfaatkan konten visual seperti video. Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten video promosi Instagram Reels bagi Rumah Karikatur dengan menggabungkan *footage* dan *motion graphic* guna meningkatkan efektivitas promosi dan *brand awareness*. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking*, dimulai dari analisis kebutuhan audiens, pengembangan konsep, hingga evaluasi melalui pameran dan umpan balik pengguna. Hasil perancangan berupa video berdurasi 15–60 detik yang menonjolkan keunikan produk dan identitas visual Rumah Karikatur. Evaluasi menunjukkan karya dinilai menarik dan komunikatif, meskipun terdapat masukan terkait penambahan subtitle dan informasi produk. Secara keseluruhan, strategi penggabungan *footage* dan *motion graphic* terbukti efektif dalam memperkuat pesan promosi di media digital.

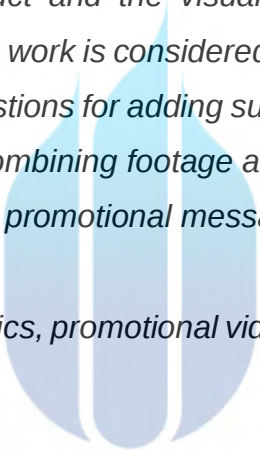
Kata Kunci: *motion graphic*, video promosi, Instagram Reels, branding, Rumah Karikatur

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The development of digital media has encouraged businesses to continually innovate their promotional strategies, one of which is by utilizing visual content such as videos. This research aims to design promotional video content for Instagram Reels for Rumah Karikatur by combining footage and motion graphics to enhance promotional effectiveness and brand awareness. The method used is Design Thinking, starting from audience needs analysis, concept development, to evaluation through exhibitions and user feedback. The result is a 15–60 second video that highlights the uniqueness of the product and the visual identity of Rumah Karikatur. Evaluation shows that the work is considered attractive and communicative, although there are suggestions for adding subtitles and product information. Overall, the strategy of combining footage and motion graphics has proven effective in strengthening promotional messages in digital media.

Keywords: *motion graphics, promotional video, Instagram Reels, branding, Rumah Karikatur*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya yang memungkinkan kami menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul "Perancangan Konten Video Reels Untuk Promosi "Rumah Karikatur" Dalam Instagram". Laporan ini merupakan bagian dari Tugas Akhir di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Laporan ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi Sarjana Desain di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK), Universitas Mercu Buana. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan tambahan bagi pembaca. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan usaha semaksimal mungkin.

Dengan demikian, laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang terkait selama proses penelitian. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan bimbingan-Nya, memberikan kesehatan dan ketenangan selama proses penelitian ini.
2. Ibu, ayah, adik dan pasangan yang selalu mendukung, membantu, dan mendoakan sehingga mendapatkan kelancaran sampai akhir.
3. Edwar Juanda, S.Ds, M.IKom, atas bimbingan, kesabaran, dukungan, dan wawasan yang sangat amat berharga dalam proses tugas akhir ini.
4. Ammar Ghasani selaku pemilik usaha Rumah Katur yang bersedia bekerjasama dengan penulis, sehingga dapatlah laporan perancangan ini terselesaikan.
5. Nandang Wahyu S A B, S.Sn, M.Ikom dan Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn, selaku dosen penguji, atas saran dan masukan yang diberikan kepada penulis selama proses perancangan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, dukungan, dan kontribusi yang sangat berarti dalam

penyusunan laporan ini. Setiap bantuan yang diberikan menambah nilai dalam penelitian ini.

Meski demikian, penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan. Semoga laporan ini bermanfaat dan menjadi referensi berguna bagi pembaca maupun penulis. Terima kasih.

Jakarta, 25 Januari 2025

Penulis

Medelin Yudiwi

