

VIDEO PROMOSI APLIKASI ROOV MNC GROUP

KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**Fharhan Vedhora
2018/18027118**

Dosen Pembimbing :

Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

VIDEO PROMOSI APLIKASI ROOV MNC GROUP

Nama : FharhanVedhora
NIM//BP : 18027118/2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 03 Februari 2023

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



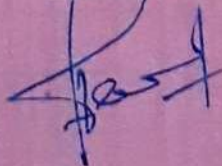
Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.

NIP: 19840909.201404.2.003

Mengetahui:

a.n Kepala Departemen Seni Rupa

Sekretaris



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.

NIP: 19830201.200912.2.001


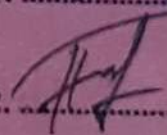
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Video Promosi Aplikasi ROOV MNC Group
Nama : Fharhan Vedhora
NIM/BP : 18027118/2018
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 03 Februari 2023

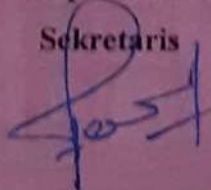
Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: <u>Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.</u> NIP: 19840909.201404.2.003	1. 
2. Penguji 1	: <u>Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn</u> NIP: 19891111.202012.1.017	2. 
3. Penguji 2	: <u>Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn</u> NIP: 19630202.199303.1.002	3.

Mengetahui:

a.n Kepala Departemen Seni Rupa

Sekretaris



Eliva Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.

NIP: 19830201.200912.2.001

VIDEO PROMOSI APLIKASI ROOV MNC GROUP

Fharhan Vedhora¹, Dini Faisal²
Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Jln Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Kota Padang, Sumatera Barat, 25171,
Indonesia

Email: fharhanvedhora779@icloud.com

Abstrak

ROOV adalah sebuah *platform* UGC (*user generated content*) yang berada di kota Jakarta. Tujuan perancangan Promosi aplikasi ROOV adalah merancang video promosi dari Aplikasi ROOV dalam bentuk video untuk meningkatkan minat target *audience*. Dan juga merancang video promosi yang efektif dan menarik. Untuk menemukan jalan keluar dari masalah perancangan video, digunakan metode 4D yang memiliki beberapa tahapan yaitu *define* (pendefinisian), *design* (perancangan) *development* (pengembangan) dan penyebaran (*desissment*). Metode ini diawali dengan mencari dan memahami permasalahan yang dialami berdasarkan data, kemudian di lanjutkan dengan merancang media dari hasil analisa data sebelumnya, kemudian pengembangan atau perancangan dari rancangan awal, dan hasil perancangan yang sudah final disebarakan melalui beberapa *platform* sosial media. Metode yang dipakai untuk memulai perancangan ini menggunakan metode Analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, and threat*). Dengan menggunakan analisis SWOT, penulis dapat memecahkan masalah mengenai Aplikasi ROOV. Perancangan ini nantinya ada media utama dan media pendukung berupa sosial media, *sticker*, poster, *x-banner*, *souvenir pen*, *blocknote*, dan *cube box promotion*. Hasil dari perancangan ini telah diuji kelayakan kepada *Team* ROOV yang terdiri Direktur, HRD, 10 karyawan dan 5 remaja sesuai *Target Audience* dengan cara meminta partisipan untuk mencoba langsung melihat video promosi aplikasi ROOV MNC Group. Dan video promosi telah diuji oleh 5 orang anak muda Indonesia dikalangan remaja diusia 15-25 tahun. Hasil dari video promosi aplikasi ROOV ini dapat diterima dengan baik, mudah dipahami, dan mempunyai karakter tersendiri yang sesuai dengan *target audience* yang dituju.

Kata kunci: *video, promosi, ROOV, four-d*

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang membuat penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini yang berjudul: “Video promosi aplikasi ROOV MNC GROUP”. Laporan karya akhir ini disajikan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Desain Komunikasi Visual Strata Satu (S1) Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Banyak hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam penyelesaian tugas akhir ini, namun berkat bantuan dan dorongan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga kegiatan penelitian dan penulisan tugas akhir ini dapat terwujud. Dengan demikian penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang .
2. Ibu Dini Faisal. S.Ds., M.Ds selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual dan dosen pembimbing karya akhir yang telah membimbing penulis dengan sabar dan maksimal, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn selaku dosen penasehat akademis dan dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
4. Bapak Dr.M.Nasrul Kamal, M.Sn selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

Dan tidak lupa pula ucapan terima kasih kepada seluruh rekan-rekan Jurusan Seni Rupa yang telah membantu penulis dalam pembuatan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini mungkin masih ada kelemahan dan kekurangannya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran untuk kesempurnaan tugas akhir ini sangat penulis harapkan, semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia pendidikan khususnya.

Atas segala bantuan dan dorongan dari berbagai pihak penulis mendoakan semoga Allah S.W.T memberikan imbalan yang setimpal, Aamin.

Padang, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Orisinalitas.....	3
F. Tujuan Berkarya.....	4
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. KAJIAN PRAKSIS.....	5
B. KAJIAN TEORITIS.....	6
C. KARYA RELEVAN.....	21
D. KERANGKA KONSEPTUAL.....	22
BAB III.....	23
METODE PERANCANGAN.....	23
A. Metode Perancangan.....	23
B. Metode Pengumpulan Data.....	31
C. Metode Analisis Data.....	33
D. Pendekatan Kreatif.....	36
E. Media Utama dan Media pendukung	37
BAB IV.....	40

PERANCANGAN VISUAL.....	40
A. Konsep Perancangan.....	40
B. Program Kreatif.....	52
C. Layout.....	62
D. Final Desain.....	68
E. Uji Kelayakan.....	79
F. Dokumentasi.....	81
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR RUJUKAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Aplikasi ROOV.....	5
Gambar 2. Screenshoot Video BNI Mobile banking – 1 aplikasi	21
Gambar 3. Proses Editing dan colour grading.....	577
Gambar 4. Warna	58
Gambar 5 Alternatif Layout kasar poster video promosi	62
Gambar 6 Alternatif Layout kasar x-banner.....	62
Gambar 7 Alternatif Layout kasar sticker.....	63
Gambar 8. Alternatif Layout kasar cubic box promotion.....	63
Gambar 9. Alternatif Layout kasar lanyard.....	63
Gambar 10. Alternatif Layout kasar souvenir pen	64
Gambar 11. Alternatif Layout kasar blocknote	64
Gambar 12. Alternatif Layout komprehensif poster.....	65
Gambar 13. Alternatif Layout komprehensif x-banner	65
Gambar 14. Alternatif Layout komprehensif sticker.....	66
Gambar 15. Alternatif Layout komprehensif cubic box promotion	66
Gambar 16. Alternatif Layout Komprehensif blocknote.....	65
Gambar 17. Alternatif Layout komprehensif Lanyard	67
Gambar 18. Alternatif Layout Komprehensif Souvenir pen.....	68
Gambar. 19. Final Desain X-Banner.....	74
Gambar 20. Final Desain Poster.....	74
Gambar. 21. Final Desain Sticker.....	75
Gambar. 22. Final Desain Cubic Box.....	75
Gambar 23. Final desain blocknote.....	75
Gambar 24. Final Desain Lanyard.....	76
Gambar 25. Final Souvenir pen.....	76
Gambar 26. Dokumentasi Uji Kelayakan Video Promosi Aplikasi. ROOV.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skenario/Shooting Script.....	42
Tabel 2. Storyline.....	44
Tabel 3. Storyboard.....	45
Tabel 4. Script narasi.....	49
Tabel 5. Breakdownsheet.....	51
Tabel 6. Shooting schedule.	54
Tabel 7. Final Desain Video.....	66
Tabel 8. Uji Kelayakan Video Promosi Aplikasi ROOV MNC Group.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

ROOV adalah sebuah *platform* UGC (*user generated content*) yang berada di kota Jakarta. ROOV lahir pada tahun 2017. Pada waktu itu tim radio MNC Networks di beri instruksi oleh Hary Tanoesoedibjo selaku pimpinan MNC group, untuk membuat radio digital atau membuat platform dengan konsep yang dapat dimonetisasi atau penguangan. Pada waktu itu Hary Tanoesoedibjo pernah berencana untuk membuat *Radio Aggregator*, *Radio Aggregator* adalah radio yang mengumpulkan channel radio di seluruh Indonesia dan dari luar negeri dalam satu aplikasi. Untuk saat ini ROOV dalam pengembangannya masih berfokus pada konten saja, yaitu melalui sosial media Instagram.

Hal ini merupakan salah satu tantangan bagi ROOV untuk lebih menggalakkan produk dalam perancangan promosi agar tidak ketinggalan dalam menonjolkan nama dari *brand* kompetitor. Berdasarkan wawancara bersama Eggy Iglesias selaku *Content Production Section Head* (ROOV) AUDIO+ RCTI+ at MNC *Radio Networks* pada hari Senin, 15 Agustus 2022. Penambahan media promosi berupa video adalah sebuah langkah inovatif dalam mempromosikan Aplikasi ROOV ini.

ROOV sendiri sebelumnya sudah mempunyai promosi salah satunya melalui media Instagram, Namun pemilik sepertinya tidak mencapai kepuasan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan kurang matangnya konsep yang dilakukan, serta mengakibatkan

penjualan produk tidak begitu baik. Kini ROOV mencoba menggunakan media video yang bertujuan untuk memberikan pandangan baru terhadap *awareness* masyarakat bahwa ROOV ini merupakan aplikasi *Audio* dan video dalam media digital pada bidang entertainment yang berisikan tentang Edukasi, kesehatan, olahraga, religi dan komedi.

Selain itu, promosi yang dilakukan melalui media video ini juga dapat memberikan inovasi baru para pengguna ataupun konten kreator yang ingin berkarya di ROOV ini.

Maka dari itu, penulis mengangkat masalah ini dikarenakan ingin meningkatkan *awareness* masyarakat melalui promosi dengan media video yang akan direalisasikan di dalam media social yaitu Instagram, Youtube, dan Tiktok. Video ini berdurasi 1,20 menit dengan format .mp4 dan ukuran video 99 MB. Pembuatan video bertujuan untuk mempromosikan aplikasi ROOV dan media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube , dan Tiktok. *Video* terkesan sederhana dalam menyampaikan pesan dan mudah dipahami oleh orang banyak, khususnya anak-anak muda indonesia dimulai dari usia 15-25 tahun. dikemas secara elegan dan dirancang semaksimal mungkin. Sehingga *target audience* dengan mudah menerima dan mencerna makna dari video ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan identifikasi permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Belum tersedianya video promosi yang dirancang khusus untuk mempromosikan pada *platform* sosial media, yaitu Instagram, youtube dan tiktok.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang diteruskan yaitu dipecahkan/solusi terkait poin masalah pada pembuatan media digital seperti video promosi aplikasi ROOV.

D. Rumusan Masalah

berdasarkan paparan batasan masalah diatas, maka dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana merancang video promosi ROOV yang mudah dipahami dan dinikmati oleh *audience* baik dari segi *visual* ataupun narasi yang disampaikan, sehingga mampu meningkatkan *awareness* masyarakat ataupun *audience* terhadap aplikasi ROOV.

E. Orisinalitas

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa perancangan Video promosi aplikasi untuk sebuah produk audio sudah

banyak ditemukan. Namun, jika memang ditemukan perancangan tidak membahas secara keseluruhan fitur-fitur yang menarik, kekinian dan untuk tayangkan di sosial media.

Perancangan video promosi aplikasi ini merupakan suatu karya rancangan yang orisinal. Dimana tidak ada unsur penciplakan dari segi foto, *layout*, warna, serta perancangan. Tugas akhir ini dirancang berbeda dari yang sudah ada sehingga memiliki ciri khasnya tersendiri

F. Tujuan Perancangan

Adapun Tujuan Perancangan video promosi ini adalah untuk meningkatkan *awareness* masyarakat, berupa Video promosi ini yang mudah dipahami dan dinikmati oleh *audience* baik dari segi *visual* ataupun narasi yang disampaikan, sehingga mampu meningkatkan *awareness* masyarakat ataupun *audience* terhadap aplikasi ROOV.