

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PLAZA AMBARRUKMO  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI**

**SKRIPSI KARYA**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**Justian Pilar Prambar Galaphuri**

**20200530129**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Justian Pilar Prambar Galaphuri  
Nomor Induk Mahasiswa : 20200530129  
Konsentrasi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perancangan Video Company Profile Plaza Ambarrukmo Sebagai Media Promosi dan Informasi” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila suatu saat nanti skripsi saya terbukti merupakan plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan.

Yogyakarta, 1 Juli 202

A 1000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "SEPULUH RIBU RUPIAH", "1000", "TBL", "METERAI TEMPEL", and the serial number "5A545AJX017204510".

Justian Pilar Prambar Galaphuri

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi karya ini kepada seluruh pihak yang terlibat. Terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan selama proses pengerjaan karya.

1. **Kepada Ibu.** Terima kasih karena terus mengingatkan saya bahwa setiap masalah yang dihadapi akan selalu menguatkan diri di kemudian hari. Terima kasih atas usaha, doa, dan dukungan sepenuh hati.
2. **Kepada Bapak.** Terima kasih telah memberikan pelajaran untuk bertanggung jawab pada setiap apa yang kita pilih.
3. **Naela Rosya,** telah berkenan menemani bertahun-tahun lamanya termasuk pada saat proses skripsi ini. Terima kasih telah bersedia mendengar keluh dan kesah, saya bisa berproses lebih baik.
4. **Mas Alung (Syahrin Ramadhan)** sebagai sosok yang telah menjembatani proses pengerjaan karya dengan **Plaza Ambarrukmo.** Terima kasih telah berkenan membagi banyak ilmu.
5. **Bapak Taufiqur Rahman, S.IP., MA. Ph.D,** dosen pembimbing skripsi yang saya anggap sebagai teladan. Kemurahan hati Bapak menjadi pembelajaran berarti bagi saya.
6. **Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si** dan **Mba Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP, M.Si., Ph.D** selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik dan saran agar tulisan ini menjadi lebih baik.
7. **Kawan.** Terima kasih untuk seluruh kawan atas seluruh kebaikan yang saling kita berikan. Semoga kita tidak terlalu banyak melewatkan kesempatan.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas segala nikmat yang Allah SWT telah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya dengan judul **“Perancangan Video Company Profile Plaza Ambarrukmo Sebagai Media Promosi dan Informasi”** sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2024.

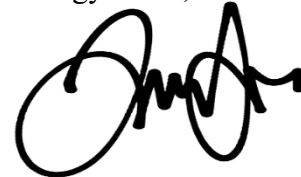
Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak lain. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Taufiqur Rahman, S.IP., MA. Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberi arahan.

Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Penulis berharap tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, serta berkontribusi positif pada minat mahasiswa terhadap skripsi karya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Juli 2024



Justian Pilar Prambar Galaphuri

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Karya.....	7
1.4. Manfaat Karya .....	7
1.4.1. Manfaat Akademis .....	7
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
1.5. Referensi Video Company Profile .....	8
1.5.1. Bank Mandiri: Living the Culture.....	8
1.5.2. Garuda Indonesia – Company Profile.....	9
1.5.3. Gojek dan Tokopedia memperkenalkan Goto.....	10
1.6. Landasan Teori.....	11
1.6.1. Konsep Dasar Perancangan.....	11
1.6.2. Company Profile .....	12
1.6.3. Corporate Identity .....	13
1.6.4. Promosi .....	13
1.7. Metode Penciptaan Karya.....	14
1.7.1. Fact Finding .....	14
1.7.2. Planning .....	17
1.7.3. Action and Communication .....	22
1.7.4. Evaluation .....	29

## BAB II GAMBARAN UMUM PLAZA AMBARRUKMO

2.1. Profile Plaza Ambarrukmo .....	31
2.2. Visi Misi Plaza Ambarrukmo .....	32
2.2.1. Visi .....	32
2.2.2. Misi .....	32
2.3. Logo Plaza Ambaruukmo .....	33
2.4. Struktur Organisasi .....	33
2.5. Daftar Tenant.....	34
2.5.1. Health & Beauty .....	34
2.5.2. Dining .....	35
2.5.3. Fashion.....	36
2.5.4. Fun & Entertainment.....	36
2.5.5. Home & Good.....	37
2.5.6. Brand Lainnya.....	37

## BAB III IMPLEMENTASI

3.1. Analisis Hasil Wawancara dan Focus Group Discussion .....	38
3.1.1. Hasil Wawancara Plaza Ambarrukmo.....	38
3.1.2. Hasil Focus Group Discussion.....	39
3.2. Konsep Perancangan Company Profile .....	42
3.3. Implementasi Company Profile .....	43
3.3.1. Preliminary Plan.....	43
3.3.2. Praproduksi .....	44
3.3.3. Produksi .....	47
3.3.4. Pascaproduksi .....	48
3.3.5. Output Perancangan Company Profile.....	49
3.4. Evaluasi Company Profile .....	50
3.4.1. Evaluasi Proses Pembuatan Karya.....	50
3.4.2. Evaluasi Penayangan Company Profile .....	51

## BAB IV KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan.....	55
4.2. Saran .....	56

DAFTAR PUSTAKA.....	57
---------------------	----

LAMPIRAN.....	60
---------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT .....	18
Tabel 1. 2 Analisis Kompetitor .....	19
Tabel 1. 3 Target Audiens.....	20
Tabel 1. 4 SMART Goal .....	21
Tabel 1. 5 Storyboard.....	24
Tabel 3. 1 Peserta FGD .....	40
Tabel 3. 2 Rapat Crew.....	45
Tabel 3. 3 Surat Izin Shooting.....	46
Tabel 3. 4 Dokumentasi Produksi .....	47
Tabel 3. 5 Dokumentasi Editing.....	48
Tabel 3. 6 Revisi Visual .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Company Profile Bank Mandiri.....	8
Gambar 1. 2 Company Profile Garuda Indonesia.....	9
Gambar 1. 3 Company Profile GoTo .....	10
Gambar 1. 4 Tahapan Perancangan Company Profile .....	12
Gambar 1. 5 Script .....	25
Gambar 1. 6 Karakter Utama .....	26
Gambar 1. 7 Cameo .....	26
Gambar 1. 8 Mood Tone .....	26
Gambar 1. 9 Wardrobe .....	27
Gambar 2. 1 Mall Plaza Ambarrukmo .....	31
Gambar 2. 2 Logo Plaza Ambarrukmo .....	33
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Plaza Ambarrukmo .....	33
Gambar 2. 4 Brand Health & Beauty.....	34
Gambar 2. 5 Brand Dining 1.....	35
Gambar 2. 6 Brand Dining 2.....	35
Gambar 2. 7 Brand Fashion .....	36
Gambar 2. 8 Brand Fun & Entertainment.....	36
Gambar 2. 9 Brand Home & Good .....	37
Gambar 2. 10 Brand Lainnya.....	37
Gambar 3. 1 Dokumentasi Wawancara.....	39
Gambar 3. 2 Dokumentasi FGD .....	40
Gambar 3. 3 Pihak Plaza Ambarrukmo.....	44
Gambar 3. 4 Jangkauan Konten .....	52
Gambar 3. 5 Usia Penonton .....	52
Gambar 3. 6 Geografis Penonton.....	53
Gambar 3. 7 Engagement Youtube .....	53
Gambar 3. 8 Durasi Menonton.....	54