

## Media Promosi Berbentuk Video Series Pada MNC Vision Pictures

Mohamad Ifran Sanni<sup>\*1</sup>, Deddy Rusdiansyah<sup>2</sup>, Po Abas Sunarya<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja,

<sup>2</sup>Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Primagraha,

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen Retail Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Raharja

E-mail: <sup>\*1</sup>[ifran@raharja.info](mailto:ifran@raharja.info), <sup>2</sup>[deddyrusdiansyah@primagraha.ac.id](mailto:deddyrusdiansyah@primagraha.ac.id), <sup>3</sup>[abas@raharja.info](mailto:abas@raharja.info)

### Abstrak

Dizaman era globalisasi saat ini media menjadi sarana komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan sebuah pesan berupa informasi maupun sebuah promosi. Informasi yang dengan mudah didapatkan dari mana saja baik itu via internet ataupun media cetak seperti majalah. Sekolah sebagai lembaga pendidikan juga memerlukan sarana informasi dan promosi. Terutama perusahaan swasta seperti MNC Vision Pictures. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan masyarakat lebih mengenal acara-acara yang ada di Vision +. Saat ini kegiatan informasi yang dilakukan dalam kegiatan menyampaikan informasi dan promosi yang sebelumnya hanya menggunakan media brosur saja, yang dinilai masih sederhana serta kurang lengkap dalam memberikan informasi mengenai tayangan Vision +, tayangan film, hiburan, talkshow dan berbagai kegiatan yang ada di Vision +, sehingga dibutuhkan media komunikasi visual berupa iklan yang dapat membantu Vision + dalam menginformasikan dan mempromosikan MNC Vision Pictures. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, metode konsep desain, perancangan media dan analisis SWOT. Media iklan promosi ini dirancang menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2019, Adobe Photoshop CC 2019. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan media komunikasi visual yang berbentuk iklan.

**Kata Kunci**—Media, Promosi, Advertisement

### Abstract

In the current era of globalization, the media is a very effective means of communication in conveying a message in the form of information or a promotion. Information that is easily obtained from anywhere, be it via the internet or print media such as magazines. Schools as educational institutions also require means of information and promotion. Especially private companies such as MNC Vision Pictures. The purpose of this study is to improve the public to be more familiar with the events in Vision +. Currently, information activities carried out in activities to convey information and promotions that previously only used brochure media, which were considered still simple and incomplete in providing information about Vision + shows, movie shows, entertainment, talk shows and various activities in Vision +, so that visual communication media in the form of curls is needed that can help Vision + in informing and promoting MNC Vision Pictures. The research methods used are data collection, namely observation, interviews, literature studies, design concept methods, media design and SWOT analysis. This promotional advertising media is designed using Adobe Premiere Pro CC 2019, Adobe Photoshop CC 2019 software. The result of this study is the design of visual communication media in the form of advertisements.

**Keywords**—Media, Promotion, Advertisements

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi informasi saat ini, seseorang bisa berkomunikasi bahkan mendapatkan informasi dari manapun. Masyarakat bisa menyaksikan secara langsung peristiwa-peristiwa yang terjadi di berbagai belahan negara. Semua hal dapat dipacu dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat. Informasi juga menjadi hal yang penting, karena adanya informasi semua orang dapat dengan mudah mengetahuinya. Tersebar informasi melalui media cetak maupun media elektronik, dari media tersebut masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi yang diinginkan.

Vision Pictures yang bertempat di MNC Channels Tower 2 lantai 4, Jl. Panjang no.34 Rt.11/Rw.10 Kb.jeruk, kec kb. jeruk, Kota Jakarta Barat Vision Pictures yaitu Salah satu unit business MNC Media adalah MNC CHANNELS yang bergerak sebagai konten channel dalam industri televisi berbayar di Indonesia. Kehadirannya dapat disaksikan melalui platform MNC Vision, K-Vision, MNC Play, Playbox dan Vision+ Apps.

Latar belakang permasalahan yang terdapat pada Vision+, saat ini membutuhkan sebuah media Video Promosi untuk masyarakat.

Berdasarkan analisa permasalahan pada Vision+ dalam menginformasikan tugas dan fungsi yang sebelumnya hanya menggunakan website yang informasinya kurang update dan menarik, oleh karena itu guna meningkatkan informasi khususnya kepada masyarakat luas. Maka dibuatlah Video Promosi.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk dapat membantu Vision+ dalam memberikan informasi terbaru buatan Indonesia kepada masyarakat luas. Melalui Video Seri tersebut masyarakat dapat mengetahui Aplikasi Vision+ , dengan adanya film-film ter up to date.

### 1.1. *Literatur Review*

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yosevina , dkk (2018) Sekolah Musik Indonesia merupakan salah satu sekolah musik yang berkembang di Indonesia dan khususnya di kota Surabaya. Selama 3 tahun terakhir mengalami naik-turun murid yang cenderung tidak stabil. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan kurang efektifnya media promosi yang dilakukan. Kemudian dari hasil analisis ditemukan bahwa video promosi merupakan sarana terbaik untuk dapat meningkatkan jumlah murid. Video menggunakan konsep “every child is different” yang merupakan salah satu moto Sekolah Musik Indonesia. Video promosi ini didistribusikan melalui media yaitu Above the line, Below the line and Through the line. Oleh karena itu sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan jumlah murid, perlu dibuat video promosi Sekolah Musik Indonesia di kota Surabaya yang menarik, informatif serta persuasif yang terlihat dari informasi yang disampaikan melalui testimoni dari pihak murid dan orang tua murid dengan adanya video yang menunjukan program serta kelas-kelas yang dimiliki. Video ini juga menggunakan teknik pengambilan gambar yang dapat memudahkan audiens untuk dapat menikmati setiap informasi yang diberikan seperti halnya eye level, high angle dan pengambilan frame close up, medium close up, mid shot, and over shoulder shot. Sehingga mampu memberikan pengaruh yang baik bagi Sekolah Musik Indonesia dan juga bagi penulis.”
2. Penelitian yang dilakukan oleh Arie Wibowo (2019). Seiring dengan kepentingan daerah untuk meningkatkan siklus ekonomi dan pendapatan daerah maka sektor pariwisata perlu diposisikan kembali sebagai salah satu alternatif potensi. Kepentingan untuk menggunakan destinasi wisata guna meningkatkan ekonomi daerah telah secara nyata didukung oleh media sosial dan media visual. Untuk itu perlu membangun karakter destinasi wisata yang unik sesuai dengan kekhasan yang dimiliki. Pemanfaatan media audio visual utamanya adalah video dengan teknik sinematografi dapat menjadi media alternatif yang cukup kuat untuk melaksanakan eksposisi karakter tersebut. Dalam

kajian ini akan dipaparkan tentang kapasitas serta kapabilitas media kreatif ini sebagai ujung tombak promosi destinasi wisata daerah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Martono, dkk (2019). pada saat ini masih menggunakan media desain atau acara event hingga website tetapi hasil dari media tersebut masih kurang efektif sehingga banyak masyarakat belum mengetahuinya. PT. Arka Mahesa Pratama Jakarta sangat membutuhkan proyek berbentuk media video iklan agar masyarakat lebih mengetahui. Pada konsep tersebut terdapat tahapan preproduction, production dan postproduction. Untuk mendapatkan hasil proyek yang maksimal maka membutuhkan penunjang aplikasi yang akan digunakan sehingga hasil akhir karya proyek video lebih menarik.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Giandari Maulani, dkk (2018). Stasiun televisi saat ini ditantang untuk dapat membuat program acara yang bisa menarik banyak pemirsa, ide-ide kreatif harus diciptakan demi meningkatkan rating acara. MNC Channel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertelevisian yang membuat program-program acara yang meliputi acara Games, kuis, sinetron, film, dll. Saat ini MNC Channel memerlukan Video Promosi untuk program acaranya, dikarenakan adanya permasalahan yang terjadi, yaitu kurang minatnya penonton untuk berlangganan TV kabel Indovision yang berisikan program acara yang dibuat oleh MNC Channel tersebut. Tujuan utama dari penelitian ini yaitu menyampaikan informasi kepada para pelanggan setia Indovision maupun para penonton yang belum berlangganan Indovision mengenai acara Crazy Challenge, selain itu untuk menambah sponsor yang lebih banyak lagi dan untuk meningkatkan rating share penonton pada setiap program acara yang ada di MNC Channel terutama untuk program acara gamesnya, yang dalam hal ini yaitu Crazy Challenge. Adapun metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: Metode Pengumpulan Data yang berupa observasi, wawancara dan studi pustaka, Metode Analisis Perancangan Media, Metode Konsep Produksi Media serta Metode Pengujian. Hasil akhir dari penelitian ini berupa Video Promosi untuk program acara Crazy Challenge MNC Channel-Indovision dengan Adobe Premiere Pro, dengan durasi video selama 1.30 detik yang dapat langsung digunakan untuk kegiatan promosi.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Edi Wibowo, dkk (2019) Pengaruh perkembangan dan penggunaan teknologi di era globalisasi saat ini semakin terasa terutama dengan semakin banyaknya saluran informasi yang tersedia baik cetak maupun elektronik. Perkembangan teknologi komputer khususnya bidang multimedia, audio visual dan broadcasting sudah sangat berkembang pesat saat ini serta semakin luasnya kebutuhan akan informasi pada masyarakat, maka semakin banyak terobosan-terobosan baru dalam menyajikan informasi baik sebagai media informasi maupun sebagai media promosi. Banyak perusahaan dan Lembaga menggunakan pasar teknologi sebagai media informasi dan promosi. Salah satu contoh media adalah dimana perusahaan dan lembaga berlomba-lomba membuat profile dalam bentuk digital video yang kemudian disaksikan oleh masyarakat melalui media audio visual. Setelah masyarakat melihat profile lembaga atau perusahaan yang dikemas dengan digital video yang menarik maka masyarakat merasa penasaran. Profile dalam bentuk video merupakan terobosan yang sudah lama digunakan oleh banyak perusahaan dan lembaga karena media ini cukup ampuh dalam menyampaikan informasi dan promosi yang tepat, cepat dan akurat. Penyajian video profile yang menarik dan menghibur akan mendorong masyarakat luas untuk mengetahui lebih detail dan memiliki minat untuk bergabung dalam suatu perusahaan atau lembaga tersebut. Hal ini bukti bahwa perancangan suatu karya seni meningkat sehingga dapat mengikuti perkembangan teknologi yang begitu pesat. SMA Citra Islami Tangerang adalah salah satu lembaga pendidikan, SMA Citra Islami Tangerang dinilai perlu memiliki sebuah video profile yang menarik dan dapat menjadi media informasi serta media promosi khususnya bagi para calon siswa/i baru.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya, (1) Pengumpulan Data diantaranya yaitu Observasi, Wawancara, Studi Pustaka. (2) Video promosi ini dirancang menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2019* dan *Adobe After Effect CC 2019* (3) Konsep Produksi Media (KPM) yang terdiri dari: *Preproduction*, *Production* dan *Post Production*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. *Preproduction*



Gambar 1. *PreProduction*

#### 3.1.1. *Sinopsis atau Cerita*

*“Vision Pictures senantiasa mengembangkan film-film terbarunya dari waktu ke waktu. Secara spesifik beragam series dihadirkan dimana menayangkan film-film original series yang sangat fokus terhadap segmentasi penonton. Hal ini juga untuk mengakomodir kepentingan pihak sponsor dalam memasarkan produk dan jasa sehingga lebih terarah pada khalayak sasaran yang dituju. Menyuguhkan Original Series Vision+, Vision Pictures berkomitmen untuk menjadi pilihan utama keluarga dalam memperoleh tayangan OTT yang menarik dan bermanfaat dalam Vision+.”*

#### 3.1.2. *Narasi*

*“Fix, elo emang anak sultan (dalam series Disconnected). happy birthday (dalam series Cantik ya kamu). lu liat apa sih? Mulutnya kaya kebuka gitu (dalam series Dua alam). Dindaa.. (dalam series Creepy Valentine). Instagramnya aja di gembok, mau jualan online? (dalam program Ketawa di mana aja).”*

3.1.3. Storyboard



Gambar 2. Scene 1/ Motion bumper



Gambar 3. INT/Scene 2/  
Menampilkan tulisan entertainment/  
Day/Full Shot



Gambar 4. Scene 3/ Menampilkan  
Produk 1 vision+



Gambar 5. Scene 4/ Menampilkan  
motion text Originals series vision+



Gambar 6. Scene 5/ Menampilkan  
motion text dan logo credit by Vision  
Pictures



Gambar 7. EXT/ Scene 6/ Menampilkan  
motion text genre drama original series  
vision+ dengan judul  
'DISCONNECTED'/Day/Full Shoot



**Gambar 8. INT/ Scene 7/  
Menampilkan originals series genre  
drama ke 2 dengan judul "The  
Intern"/Day/Medium shoot**



**Gambar 9. IXT/ Scene 8/M  
Menampilkan originals series genre  
drama ke 3 dengan judul "Kepengen  
Hijrah"/Day/Medium Shoot**



**Gambar 10. INT/ Scene 9/  
Menampilkan originals series genre  
drama ke 4 dengan judul "  
Cantik Ya Kamu/Day/Full Shoot**



**Gambar 11. EXT/Scene 10/  
Menampilkan originals series genre  
drama ke 5 dengan judul "LUKAS"/  
Day/ Full shoot**



**Gambar 12. Scene 11/ Menampilkan  
motion text genre originals series  
HOROR vision+**



**Gambar 13. EXT/ Scene 12/  
Menampilkan originals series genre  
horror 1 dengan judul "  
Dua Alam"/Night/Full Shoot**

## 3.1.4. Script Writing

Tabel 1. Script Writing

No.	Visual	Audio
1.	Motion bumper vp	<i>musik</i>
2.	Menampilkan tulisan entertainment	<i>musik</i>
3.	Menampilkan Produk 1 vision+	<i>musik</i>
4.	Menampilkan motion text Originals series vision+	<i>musik</i>
5.	Menampilkan motion text dan logo credit by Vision Pictures	<i>musik</i>
6.	Menampilkan motion text genre drama original series vision+ dengan judul "DISCONNECTED"	<i>musik</i>
7.	Menampilkan originals series genre drama ke 2 dengan judul "The Intern"	<i>musik</i>
8.	Menampilkan originals series genre drama ke 3 dengan judul "Kepengen Hijrah"	<i>musik</i>
9.	Menampilkan originals series genre drama ke 4 dengan judul "CantikYaKamu"	<i>musik</i>
10.	Menampilkan originals series genre drama ke 5 dengan judul "LUKAS"	<i>musik</i>
11.	Menampilkan motion text genre originals series HOROR vision+	<i>musik</i>
12.	Menampilkan originals series genre horror 1 dengan judul "DuaAlam"	<i>musik</i>
13.	Menampilkan originals series ke 2 dengan judul "Twisted 2"	<i>musik</i>
14.	Menampilkan originals series ke 3 dengan judul "Creepy Valentine"	<i>musik</i>
15.	Menampilkan motion text genre originals series vision+ Comedy	
16.	Menampilkan salah satu program comedy vision+ originals dengan judul "Ketawa di mana aja"	<i>musik</i>
17.	Menampilkan motion text "NEXT PROJECT" originals series vision+	<i>musik</i>
18.	Menampilkan originals series vision+ terbaru dengan genre romance drama dengan judul "MENEMUKAMU"	<i>musik</i>
19.	Menampilkan originals series terbaru genre drama dan berkolaborasi Bersama esport Evos dengan judul "ANGEL"	<i>musik</i>
20.	Menampilkan originals series terbaru vision+ bergenre romance drama dengan judul "Have A Nice Date"	<i>musik</i>
21.	Bumper closing cuplikan produk-produk vision+ originals dengan menampilkan logo vision+ originals	<i>musik</i>

## 3.1.5. Rundown

Tabel 2. Rundown

No.	Scene	Location	Duration	INT/ EXT	Description
1.	1	Motion bumper vp	00:00-00:03	INT	Menampilkan Logo Vision +
2.	2	Menampilkan tulisan entertainment	00:03-00:08	INT	Menampilkan tulisan entertainment adegan di dalam ruangan kelas
3.	3	Menampilkanpr oduk 1 vision+	00:08-00:11	INT	Menampilkan video highlight
4.	4	Menampilkan motion text Originals series vision+	00:11-00:14	INT	Menampilkan motion text Originals series vision+
5.	5	Menampilkan motion text dan logo credit by Vision Pictures	00:20-00:20	INT	Menampilkan Logo Vision Pictures
6.	6	Menampilkan motion text genre drama original series vision+ dengan judul "DISCONN TED"	00:20-00:27	INT	Menampilkan motion text genre drama dan adegan dalam zoom meeting
7.	7	Menampilkan originals series genre drama ke 2 dengan judul "The Intern"	00:27-00:32	INT	Menampilkan cuplikan dalam studio foto dalam film The Intern
8.	8	Menampilkan originals series genre drama ke 3 dengan judul "Kepengen Hijrah"	00:32-00:36	INT	Menampilkan adegan dalam kamar wanita berhijab
9.	9	Menampilkan originals series genre drama ke 4 dengan judul "CantikYaKamu "	00:36-00:42	INT	Menampilkan adegan dialog dan kejutan ulang tahun dan betatapan di atas gedung
10.	10	Menampilkan originals series genre drama ke 5 dengan judul "LUKAS"	00:42-00:48	INT	Menampilkan adegan dalam ruangan gereja
11.	11	Menampilkan motion text genre originals series HOROR vision+	00:48-00:52	EXT	Menampilkan tulisan motion HOROR
12.	12	Menampilkan originals series genre horror 1 dengan judul "Dua Alam"	00:52-01:04	INT	Menampilkan Adegan horror dalam gedung tua dan dialog dalam degung tua
13.	13	Menampilkan originals series ke 2 degan judul "Twisted 2"	01:04-01:10	INT	Adegan dalam panggung dan dalam kamar

3.1.6. Penyusunan Crew

Tabel 3. Susunan Crew

No	Jabatan	Nama
1.	Director	Bagus
2.	Editor	Ricky
3.	Mixing Audio	Ricky

3.1.7. Time Schedule

Tabel 4. Time Schedule

Tahapan		April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Preparasi	Pengajuan Observasi	■																				
	Pengumpulan Data	■	■	■																		
	Analisis Data	■	■	■																		
	Ide/Gagasan			■	■																	
	Sinopsis/Cerita			■	■																	
	Narasi			■	■																	
	Pembuatan Storyboard			■	■	■	■															
	Script Writing						■	■														
	Rundown						■	■														
	Penyusunan Crew					■																
	Time Schedule						■	■														
	Anggaran/Budget						■	■														
	Peralatan Yang Digunakan						■	■														
Perencanaan	Perencanaan Multimedia								■	■	■											
	Perencanaan Audio								■	■	■											
	Perencanaan Visual								■	■	■											
	Perencanaan Broadcasting								■	■	■											
Post-Produksi	Digitizing										■	■	■	■	■							
	Editing											■	■	■	■	■						
	Mixing												■	■	■	■						
	Finishing															■	■	■				
	Tahap Keluaran																				■	



3.2.1. Program Visual



Gambar 15. Scene 1/ Motion bumper vp



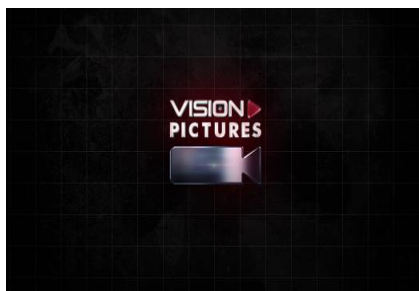
Gambar 16. INT/Scene 2/ Menampilkan tulisan intertainment/ Day/Full Shot



Gambar 17. Scene 3/ Menampilkan produk 1 vision+



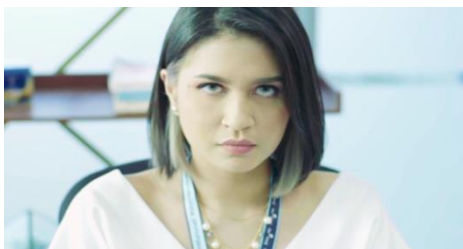
Gambar 18. Scene 4/ Menampilkan motion text Originals series vision+



Gambar 19. Scene 5/ Menampilkan motion text dan logo credit by Vision Pictures



Gambar 20. EXT/ Scene 6/ Menampilkan motion text genre drama original series vision+ dengan judul "DISCONNECTED"/ Day/Full Shoot



Gambar 21. INT/ Scene 7/ Menampilkan originals series genre drama ke 2 dengan judul "The Intern"/ Day/Medium shoot



Gambar 22. INT/ Scene 8/M Menampilkan originals series genre drama ke 3 dengan judul "Kepengen Hijrah"/ Day/Medium Shoot



Gambar 23. INT/ Scene 9/ Menampilkan originals series genre drama ke 4 dengan judul “CantikYaKamu/ Day/Full Shoot



Gambar 24. EXT/Scene 10/ Menampilkan originals series genre drama ke 5 dengan judul “LUKAS”/ Day/ Full shoot



Gambar 25. Scene 11/ Menampilkan motion text genre originals series HOROR vision+



Gambar 26. EXT/ Scene 12/ Menampilkan originals series genre horror 1 dengan judul “DuaAlam”/Night/Full Shoot



Gambar 27. INT/ Scene 13/ Menampilkan originals series ke 2 dengan judul “ Twisted 2”/ Day/ Full shoot



Gambar 28. INT/ Scene 14/ Menampilkan originals series ke 3 dengan judul “Creepy Valentine”/ Day/ Medium Full Shoot



Gambar 29. Scene 15/ Menampilkan motion text genre originals series vision+ Comedy



Gambar 30. Scene 16/ Menampilkan salah satu program comedy vision+ originals dengan judul “Ketawa di mana aja”/ Day/Full shoot



Gambar 31. *Scene 17*/ Menampilkan motion text “NEXT PROJECT” originals series vision+



Gambar 32. *EXT/ Scene 18*/ Menampilkan originals series vision+ terbaru dengan genre romance drama dengan judul “MENEMUKAMU”/Day/Full Shoot



Gambar 33. *INT/Scene 19*/ Menampilkan originals series terbaru genre drama dan bercollaborasi Bersama esports Evos dengan judul “ANGEL”/Day/Medium Shoot



Gambar 34. *INT/ Scene 20*/ Menampilkan originals series terbaru vision+ bergenre romance drama dengan judul “ Have A Nice Date” /Day/Close Up



Gambar 35. *Scene 21*/ Bumper closing cuplikan produk-produk vision+ originals dengan menampilkan logo vision+ originals

### 3.3. Post Production

#### 3.3.1. Digitizing

Tahap *Digitizing* merupakan tahapan proses pemindahan dan perapihan sebuah gambar atau *file* video yang berada di *memory card* dalam kamera hasil *shooting* kedalam sebuah *laptop*, agar dapat dipilih mana pengambilan gambar serta *angle* yang baik untuk digunakan.

#### 3.3.2. Editing

Pada tahapan *editing* video perlu melakukan pemilihan, pemotongan serta penyusunan gambar hasil *shooting* yang memerlukan waktu cukup lama untuk menghasilkan suatu video

yang utuh sesuai dengan susunan yang telah dibuat saat *preproduction*. Pada tahap ini *editor* menyelesaikan video dengan menggunakan *software* yang mendukung yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2019* dan beberapa *software* pendukung lainnya.

### 3.3.3. *Mixing*

Tahap *Mixing* merupakan suatu proses pencampuran gambar, *audio visual*, *visual effect*, *backsound* serta *voice over* menjadi satu kesatuan dan menyesuaikan dengan konsep yang diinginkan.

## 4. KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan Vision+ dalam menginformasikan film-film dan hiburan yaitu dengan implementasi media Video Promosi ini melalui *youtube channel*, Instagram, dan Tiktok Vision Pictures Vision+, Agar masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi lebih jelas Dalam merancang sebuah media Video Promosi yang dapat menarik dan bermanfaat untuk *masyarakat* yaitu dengan konsep Video Promosi visualisasi dan informatif yang terdapat *audio*, *visual*, *effect visual*, serta didukung dengan *audio*, *visualisasi* dengan tampilan video berkualitas *HD*, disertai berbagai *effect visual* menarik, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi *masyarakat* untuk mengetahui film-film dan hiburan di Vision+. Informasi yang ingin disampaikan Vision+ dengan melalui Video Promosi ini yaitu mengenai tayangan film-film terbaru, ter update dan hiburan.

## 5. SARAN

Disarankan kepada Vision Pictures selalu mengembangkan ide-ide dengan konsep video yang lebih inovatif, kreatif, *fresh*, serta lebih menarik kedepannya seperti tampilan video yang didukung dengan animasi interaktif sehingga dapat lebih menarik minat masyarakat untuk mengetahui Vision Pictures.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tarigan, Yosevina. Jamaluddin. Junika Napitupulu dan Roni J. Simamora. 2018. **Aplikasi Pengenalan Budaya Batak Karo Berbasis Multimedia**. Medan :Universitas Methodist Indonesia. Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi. ISSN : 2598-8565. Vol. 2, No. 2 : 149
- [2] Turangan, Atalya Sharon. Wibowodan Rika Febriani. 2019. **Perancangan Buku Interaktif Belajar Baca Tulis Bagi Orang tua Anak Penderita Disleksia di Surabaya**. Surabaya :Universitas Kristen Petra. *JournalDeKaVe*. Vol. 9, No.2 : 13.
- [3] Yulianjani, Arsi. Aris Martono dan Dwika Apriyani. 2019. **Aplikasi Media Interaktif Menggunakan Animasi Cerita Rakyat Untuk Anak Usia Dini**. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja. *ICIT Journal*. ISSN : 2654-8704. Vol. 5, No. 1 : 85.
- [4] Maulani, Giandari. Citra Jessyca dan Deni Erlangga Saragih. 2018. **Video Promosi Untuk Program Acara Crazy Challenge MNC ChannelIndovision Dengan Adobe Premiere Pro**. Yogyakarta :Universitas AMIKOM Yogyakarta. SEMNASTEKNOMEDIA Online. ISSN: 2302-3805. Vol.6, No.1:8.

- 
- [5] Wibowo, Edi, Dwi popi 2019. **Perancangan Video Profile sebagai Media Promosi dan Informasi pada SMA CITRA Islami Tangerang** . Yogyakarta : STMIK AMIKOM seminar nasional teknologi informasi dan Multimedia. ISSN : 2302-3805. Vol 1, No.3 : 62
- [6] Herlina, Mia dan Ali Mustopa. 2019. **Pembuatan Video Iklan Jogja Adventure Sebagai Media Informasi**. Yogyakarta : Universitas AMIKOM Yogyakarta. IFOS *Journal*. ISSN : 2655-142X. Vol. 1, No. 1 : 30.
- [7] Brahmowisang, A. K. (2019). **Penerapan Problem Based Learning (PBL) dengan Media Film Dokumenter pada Pembelajaran Sejarah Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis dan Prestasi Belajar Siswa Kelas XI IPS 2 SMAN 1 Wuryantoro**. *Historia Pedagogia*, 8(1), 42-50.
- [8] Darmawan, Deni. Setiawati, Pipih. Supriadie, Didi dan Alinawati, Muthia. 2018. **Penggunaan Multimedia Pembelajaran Interaktif Untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis *English Simple Sentences* Pada Mata Kuliah *Basic Writing* di STKIP Garut**. Jakarta : Universita Pendidikan Indonesia. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. ISSN : 2579-700. Vol. 15, No. 1 : 634
- [9] Dewi, Y. L. (2019). Pengaruh Iklan Web Series SPace#" Kenapa Belum Nikah?" Terhadap Brand Awareness JD. ID. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 141-148.
- [10] Khair, N. (2020). *Implementasi Video Iklan Sebagai Media Promosi untuk Bucket Coffee Batam* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- [11] Anzasmoro, H. (2020). *PEMBUATAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI BITZROCKSHOP DISTRO PACITAN* (Doctoral dissertation, STKIP PGRI PACITAN).
- [12] Sunarya, L., Sunarya, P. A., Fajar, A. A., & Abdillah, M. F. (2021). Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Days Hotel & Suites Tangerang. *Technomedia Journal*, 6(1 Agustus), 66-81.
- [13] Suharto, S., Syaury, M. S., Alfian, T., & Susila, D. A. (2021). Perancangan Media Promosi Produk Guitars Melalui Audio Visual. *SULUH: Jurnal Seni Desain Budaya*, 4(1), 1-16.
- [14] Ramadhan, F. (2022). *PEMBUATAN VIDEO IKLAN SERIES VALENTINE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI FRITTO CHICKEN* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Media Kreatif).
- [15] Dewi, Y., Nugroho, D. P., & Rahmadianto, S. A. (2022). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS VIDEOGRAFI UNTUK LUGO COFFEE DI TULUNGAGUNG. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(1), 136-151.