

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DALAM

MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL *BRAND SKINCARE*

COSMELUTIONS

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Gelar Ahli Madya Diploma III



Disusun Oleh:

NAIA RINJANI ATHAILLAH

NIM: 2390442118

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN DESAIN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

2026

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DALAM

MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL *BRAND SKINCARE*

COSMELUTIONS

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Gelar Ahli Madya Diploma III



Disusun Oleh:

NAIA RINJANI ATHAILLAH

NIM: 2390442118

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN DESAIN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

2026

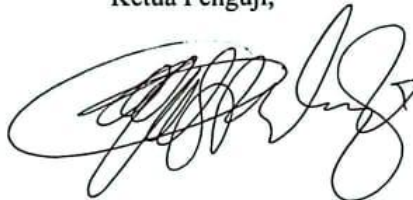
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI
DALAM MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL
BRAND SKINCARE COSMELUTIONS

Penulis : Naia Rinjani Athaillah
NIM : 2390442118
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

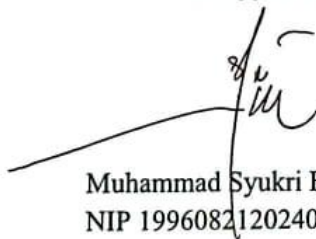
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim
Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif
pada hari Rabu, tanggal 08 Juli 2026 Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Dr. Dayu Sri Herti, M.Sn
NIP 197602012002122001

Anggota 1



Muhammad Syukri Faiz, M.Ds
NIP 199608212024061001

Anggota 2



Drs. Hari Purnomo, M.Sn.
NIP 196611271994031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Desain



Yusuf Nurachman, S.T., MMSI.
NIP 197711132010121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Naia Rinjani Athaillah
NIM : 2390442118
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2025/2026

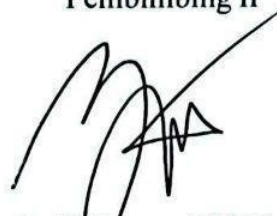
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di .*Jakarta*....., *12*.....*Juni*...*2026*.

Pembimbing I



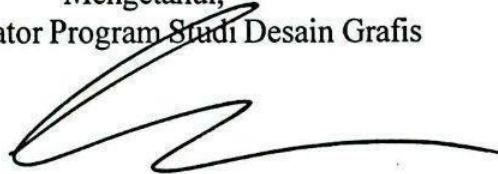
Drs. Hari Purnomo, M.Sn
NIP.196611271994031001

Pembimbing II



Budi Utomo, M.I.Kom
NIDN.0024017504

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Desain Grafis



Angga Priatna, S.DKV., M.Sn.
NIP 198201042023211009

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Naia Rinjani Athaillah
NIM	: 2390442118
Program Studi	: Desain Grafis
Jurusan	: Desain
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL BRAND SKINCARE COSMELUTIONS** adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026 (Tanggal Persetujuan Sidang TA)

Yang menyatakan,



Naia Rinjani Athaillah

NIM: 2390442118

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naia Rinjani Athaillah
NIM : 2390442118
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL BRAND SKINCARE COSMELUTIONS beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 Juni 2026 (Tanggal Persetujuan Sidang TA)

Yang menyatakan,



Naia Rinjani Athaillah
NIIM: 2390442118

ABSTRACT

The development of digital media has encouraged the use of video as an effective promotional medium to deliver information in a visually engaging way. Cosmelutions is a skincare brand located in Bogor that utilizes social media as its promotional platform; however, it does not yet have a promotional video capable of consistently building its visual identity. This study aims to design a promotional video that can strengthen brand identity and increase audience interest. The design refers to visual communication design theory, audiovisual media theory, and advertising theory. The method used includes observation and interviews as data collection techniques. The design process is carried out through pre-production, production, and post-production stages. The result of this study is a promotional video that presents Cosmelutions skincare products with a clean, natural, and fresh visual concept, making the information more communicative and visually appealing. It can be concluded that video promotional media can effectively build brand visual identity, increase audience trust, and serve as an effective communication tool in promoting skincare products on social media.

Keywords: *Promotional Video, Skincare, Social Media, Visual Identity, Cosmelutions Bogor*

ABSTRAK

Perkembangan media digital mendorong penggunaan video sebagai media promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara visual dan menarik. Cosmelutions merupakan brand skincare yang berlokasi di Bogor dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, namun belum memiliki video promosi yang mampu membangun identitas visual brand secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video media promosi yang dapat memperkuat identitas brand serta meningkatkan minat audiens. Perancangan ini mengacu pada teori desain komunikasi visual, teori media audio visual, dan teori periklanan. Metode yang digunakan meliputi observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Proses perancangan dilakukan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil dari penelitian ini berupa video media promosi yang menampilkan produk skincare Cosmelutions dengan konsep visual *clean*, *natural*, dan *fresh* sehingga informasi dapat disampaikan secara komunikatif dan menarik. Dapat disimpulkan bahwa media promosi video mampu membangun identitas visual brand, meningkatkan kepercayaan audiens, serta menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam mempromosikan produk skincare di media sosial.

Kata Kunci: *Video Promosi, Skincare, Media Sosial, Identitas Visual Cosmelutions Bogor*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL *BRAND SKINCARE COSMELUTIONS*” dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Desain, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam proses penyusunan laporan dan penciptaan karya tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Yusuf Nurrachman, S.T., M.M.S.I., selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Yudha Pradana, M.Pd., selaku Sekretaris Jurusan Desain.
5. Angga Priatna, S.DKV., M.Sn., selaku Koordinator Program Studi Desain Grafis.
6. Muhammad Syukri Faiz, B.A., M.Ds., selaku Sekretaris Program Studi Desain Grafis.
7. Drs. Hari Purnomo, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

8. Budi Utomo, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penciptaan karya tugas akhir.
9. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan ilmu, pelayanan, serta pengalaman selama penulis menempuh pendidikan.
10. Untuk kedua orangtua penulis, Ayah Athaillah, Mimi Velly Chairani Oktaria, dan adik-adik penulis serta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir
11. Teman-teman tersayang, Nazzala Tiara Ismail, Edelweiss Zahra, Laras Tiara Lausa, Amanda Zahra Salsabilla, Veren Giska, Sabila Nauli yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Deva Izzatul Jannah dan Gio Dewanto yang telah membantu, mendukung, serta berkontribusi dalam proses produksi karya tugas akhir sehingga karya ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 Juni 2026

Penulis

Naia Rinjani Athaillah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	vi
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan.....	6
F. Manfaat.....	6
1. Bagi Penulis.....	6
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	6
3. Bagi Masyarakat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Teori Umum.....	8
1. Perancangan.....	8
2. Desain Grafis.....	8
3. Media Promosi.....	9
4. Media Audio Visual.....	11
B. Teori Khusus.....	13
1. Branding.....	13
2. Identitas Visual Brand.....	15
3. Video Media Promosi.....	18
4. Konten Media Digital.....	20
5. Citra Merek.....	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
A. Data Klien.....	24
1. Klien.....	24
2. Objek Karya.....	27
3. Spesifikasi Karya.....	28

B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Observasi.....	28
2. Wawancara.....	29
3. Studi Pustaka.....	29
C. Ruang Lingkup.....	30
1. Peran Penulis.....	30
2. Kategori Karya.....	31
3. Ide Kreatif.....	31
4. Analisis Swot.....	31
D. Langkah Kerja.....	33
1. Pra Produksi.....	33
2. Produksi.....	35
3. Pasca Produksi.....	36
BAB IV HASIL KARYA DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Karya Utama dan Pembahasan.....	37
1. Hasil Karya Utama.....	38
B. Hasil Karya Pendukung.....	55
1. Poster Promosi.....	55
2. X - Banner.....	58
3. Flyer.....	59
4. Brosur.....	61
5. Katalog Produk.....	62
6. Tent Card.....	64
7. Price List.....	65
8. Thank You Card.....	66
9. Stiker Produk.....	67
10. Paper Bag.....	68
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	75
KARTU BIMBINGAN PEMBIMBING I.....	76
KARTU BIMBINGAN PEMBIMBING II.....	78
DOKUMENTASI DISPLAY SIDANG TUGAS AKHIR.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Desain Grafis Produk <i>Skincare</i>	9
Gambar 2 Contoh Media Audio Visual	13
Gambar 3 Contoh Identitas visual pada <i>brand</i>	18
Gambar 4 Contoh video media promosi <i>skincare</i>	20
Gambar 5 Logo Cosmelutions	24
Gambar 6 Struktur Organisasi.....	26
Gambar 7 Peta Lokasi Cosmelutions	27
Gambar 8 Analisis SWOT	33
Gambar 9 <i>Mindmapping</i>	39
Gambar 10 <i>Moodboard</i>	40
Gambar 11 <i>Storyboard</i>	49
Gambar 12 <i>Slideshow</i>	50
Gambar 13 Editing video	52
Gambar 14 Hasil video media promosi	54
Gambar 15 Poster Promosi	55
Gambar 16 <i>X Banner</i>	58
Gambar 17 <i>Flyer</i>	60
Gambar 18 Brosur	61
Gambar 19 Produk Katalog	64
Gambar 20 <i>Tent Card</i>	64
Gambar 21 <i>Price List</i>	66
Gambar 22 <i>Thank You Card</i>	66
Gambar 23 Stiker Produk	68
Gambar 24 <i>Paper Bag</i>	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Naskah <i>Voice Over</i>	38
--	----