

**ANALISIS PERAN ORGANIZER DALAM PENGELOLAAN
PRODUKSI KONTEN VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN
BLOK M SQUARE BERBASIS *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC)**

SKRIPSI

Oleh:

FX ALFREDO M
2271650077



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**ANALISIS PERAN ORGANIZER DALAM PENGELOLAAN
PRODUKSI KONTEN VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN
BLOK M SQUARE BERBASIS *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC)**

SKRIPSI KARYA

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

FX ALFREDO M
2271650077



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia. Telp. (021)-
8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisiool@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fx Alfredo m

NIM : 2271650077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERAN *ORGANIZER*
DALAM PENGELOLAAN PRODUKSI KONTEN VIDEO KOMUNIKASI
PEMASARAN BLOK M SQUARE BERBASIS *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION (IMC)*”**

adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 3 Juli 2026



Fx Alfredo m



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
"ANALISIS PERAN *ORGANIZER* DALAM PENGELOLAAN PRODUKSI
KONTEN VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE
BERBASIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC)"

Oleh:

Nama : Fx Alfredo m

No. Induk Mahasiswa : 2271650077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 321058203

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 306108902

Dekan,

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)
NIDN: 314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

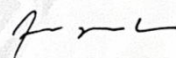
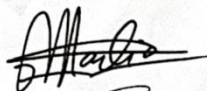
Pada 24 Juni 2024 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Fx Alfredo m
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS PERAN ORGANIZER
DALAM PENGELOLAAN PRODUKSI KONTEN VIDEO KOMUNIKASI
PEMASARAN BLOK M SQUARE BERBASIS INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION (IMC)**"

" oleh tim penguji yang terdiri dari:

" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom	Sebagai Ketua	
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Anggota	
3. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom	Sebagai Anggota	

Jakarta, 3 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fx Alfredo m

Nomor Induk Mahasiswa : 2271650077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : "ANALISIS PERAN *ORGANIZER* DALAM PENGELOLAAN
PRODUKSI KONTEN VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE
BERBASIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)*"

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada
tanggal 24 Juni 2024

Jakarta, 3 Juli 2024

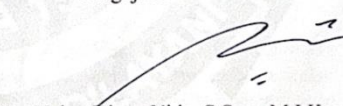
Menyetujui,
Ketua Sidang/ Penguji I


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom))

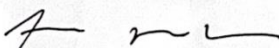
Penguji II


(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

Penguji III


(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2 Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461 . Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fx alfredo m
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650077
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : "Analisis Peran *Organizer* Dalam Pengelolaan Produksi Konten Video Komunikasi Pemasaran Blok M Square Berbasis *Integrated Marketing Communication (IMC)*"

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 3 Juni 2026

Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
FBC75AOX090491107
Fx Alfredo Meku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya yang berjudul "Analisis Peran Organizer dalam Pengelolaan Produksi Video Komunikasi Pemasaran Blok M Square Berbasis Integrated Marketing Communication (IMC)" dengan baik. Skripsi karya ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Indonesia.

Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi karya ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing; Marshelia G. Narida, S.S., M.A. selaku dosen pembaca seminar proposal dan penguji; Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen penguji; Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Rektor Universitas Kristen Indonesia.

Pihak Blok M Square khususnya Bapak M. Lutfi, Bapak Jimmy, Bapak Hendra Oktavian, dan Bapak Sajid yang telah memberikan dukungan dan kesempatan dalam proses penciptaan karya; kedua orang tua tercinta, Bapak Constantinus Ngambut dan Ibu Dewi Widyastuti; Kyla; serta seluruh teman dan pihak lain yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi. Penulis menyadari bahwa skripsi karya ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu komunikasi.

Jakarta, 1 Juli 2026

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	vviii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR SINGKATAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Penciptaan Karya	1
2. Rumusan Penciptaan Karya	3
3. Tujuan Penciptaan Karya	4
4. Manfaat Penciptaan Karya.....	4
5. Tinjauan Pustaka	6
BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA.....	15
1. Deskripsi Karya.....	15
2. Objek Karya.....	37
3. Target Publikasi	38
BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA.....	40
1. Pelaksanaan Penciptaan Karya	40
2. Pembahasan Karya	58
3. Analisis Karya.....	61
4. Evaluasi Penciptaan Karya	68
BAB IV PENUTUP	75
1. Kesimpulan.....	75
2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Referensi Karya.....	10
Tabel 2.1 Deskripsi Karya.....	17
Tabel 2.2 <i>Storyboard</i>	22
Tabel 2.3 Nama Peralatan & Gambar.....	31
Tabel 2.3 Personel.....	32
Tabel 2.4 Anggaran Produksi 1	34
Tabel 2.5 Anggaran Produksi 2	35
Tabel 2.6 Rincian Waktu.....	35
Tabel 3.1 Scene Konten Video Komunikasi Pemasaran.....	46
Tabel 3.2 List Peralatan Produksi.....	50
Tabel 3.3 Analisis <i>SWOT Video Company Profile</i> Blok M Square.....	61
Tabel 3.4 Evaluasi Anggaran Pasca-Produksi.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kamera	26
Gambar 2.2 Kamera 2	26
Gambar 2.3 Tripod.....	26
Gambar 2.4 Stabilizer Kamera	26
Gambar 2.5 Mikrofon Kabel	27
Gambar 2.6 Drone.....	27
Gambar 2.7 <i>Scene</i> 1	38
Gambar 2.8 <i>Scene</i> 2	38
Gambar 2.9 <i>Scene</i> 3	38
Gambar 2.10 <i>Scene</i> 4	39
Gambar 2.11 <i>Scene</i> 5	39
Gambar 2.12 <i>Scene</i> 6	39
Gambar 2.13 <i>Scene</i> 7	39
Gambar 2.14 <i>Scene</i> 8	39
Gambar 2.15 <i>Scene</i> 9	40
Gambar 2.16 <i>Scene</i> 10	40
Gambar 2.17 <i>Scene</i> 11	40
Gambar 2.18 <i>Scene</i> 12	40
Gambar 2.19 <i>Scene</i> 13	40
Gambar 2.20 <i>Scene</i> 14	41
Gambar 2.21 <i>Scene</i> 15	41
Gambar 2.22 <i>Scene</i> 16	41
Gambar 2.23 <i>Scene</i> 17	41
Gambar 2.24 <i>Scene</i> 18	41

DAFTAR SINGKATAN

HRD	= Human Resource Department
HD	= High-definition
GF	= Ground Floor
B	= Basement
G	= Ground Floor
UG	= <i>Upper Ground</i>
SWOT	= <i>Strenght, Weaknes, Opportunity, Threat</i>
MRT	= Mass Rapid Transit
VO	= <i>Voice Over</i>
DSLR	= <i>Digital Single-Lens Reflex</i>

DAFTAR LAMPIRAN

LISENSI <i>BACKGROUND MUSIC COMPANY PROFILE</i>	81
FOTO SEJARAH BLOK M SQUARE	82
LISENSI ARSIP FOTO	84
DOKUMENTASI KEGIATAN	85



ABSTRAK

Perkembangan media digital mendorong perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif dalam membangun citra dan meningkatkan daya tarik publik. Blok M Square sebagai salah satu pusat perdagangan dan kawasan multifungsi di Jakarta Selatan membutuhkan media komunikasi pemasaran yang mampu menyampaikan informasi secara menarik, informatif, dan sesuai dengan perkembangan kawasan saat ini. Penelitian penciptaan karya ini bertujuan untuk menganalisis peran organizer dalam pengelolaan produksi video komunikasi pemasaran Blok M Square berbasis Integrated Marketing Communication (IMC) serta menghasilkan karya video yang dapat memperkuat identitas dan citra Blok M Square. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan praktik kreatif melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dalam proses penciptaan karya, penulis berperan sebagai organizer yang bertanggung jawab dalam perencanaan, koordinasi, pengelolaan sumber daya, penyusunan konsep kreatif, pengawasan produksi, hingga evaluasi hasil akhir. Hasil karya berupa video komunikasi pemasaran berjudul *Blok M Square: Experience the Heart of Jakarta* yang menampilkan sejarah, fasilitas, tenant, layanan publik, area hiburan, serta aktivitas pengunjung sebagai representasi identitas kawasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran organizer memiliki kontribusi penting dalam memastikan seluruh proses produksi berjalan efektif, terkoordinasi, dan menghasilkan media komunikasi pemasaran yang informatif, menarik, serta mampu mendukung peningkatan citra dan brand awareness Blok M Square di masyarakat.

Kata Kunci: *Organizer, Konten Video Komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Communication (IMC).*

ABSTRACT

The development of digital media has encouraged companies to utilize social media as an effective marketing communication tool to build brand image and increase public engagement. Blok M Square, as one of the commercial and multifunctional areas in South Jakarta, requires marketing communication media capable of delivering information in an attractive, informative, and up-to-date manner. This creative project aims to analyze the role of the organizer in managing the production of Blok M Square's marketing communication video based on the Integrated Marketing Communication (IMC) approach, as well as to produce a video work that strengthens the identity and image of Blok M Square. The method employed in this project is a descriptive method with a creative practice approach through the stages of pre-production, production, and post-production. In the creative process, the author acts as the organizer responsible for planning, coordination, resource management, creative concept development, production supervision, and final evaluation. The resulting work is a marketing communication video entitled "Blok M Square: Experience the Heart of Jakarta," which showcases the history, facilities, tenants, public services, entertainment areas, and visitor activities as representations of the area's identity. The results indicate that the organizer plays a significant role in ensuring that the entire production process runs effectively and systematically, resulting in an informative, engaging marketing communication medium that supports the enhancement of Blok M Square's image and brand awareness among the public.

Keywords: Organizer, Marketing Communication Video Content, Integrated Marketing Communication (IMC).