

**IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK
M SQUARE BERDASARKAN KONSEP *INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION* (IMC)**

SKRIPSI KARYA

Oleh:

BREMA AGIANTA TARIGAN

2271650090



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

**IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK
M SQUARE BERDASARKAN KONSEP *INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION* (IMC)**

SKRIPSI KARYA

diajukan untuk memenuhi syarat dalam menempuh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dan
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

BREMA AGIANTA TARIGAN

2271650090



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: fisipol@uki.ac.id. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brema Agianta Tarigan

NIM : 2271650090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE BERDASARKAN KONSEP 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

Brema Agianta Tarigan



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
IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE
BERDASARKAN KONSEP *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
(IMC)

Oleh:

Nama : Brema Agianta Tarigan

No. Induk Mahasiswa : 2271650090

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,

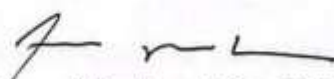
Jakarta, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing


(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0321058203

Mengetahui,

Ketua Program Studi,


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0306108902


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 29 Juni 2026 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 : Brema Agianta Tarigan
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE BERDASARKAN KONSEP INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)"** 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/>

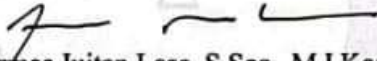
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Brema Agianta Tarigan
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI
PEMASARAN BLOK M SQUARE BERDASARKAN
KONSEP *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 29 Juni 2026

Jakarta, 3 Juli 2026

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, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Brema Agianta Tarigan
Nomor Induk Mahasiswa	: 2271650090
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir	: Skripsi
Judul Skripsi	: IMPLEMENTASI VIDEO KOMUNIKASI PEMASARAN BLOK M SQUARE BERDASARKAN KONSEP 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 Noneksklusif 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 pemilih 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 Juli 2026
Yang menyatakan,



Brema Agianta Tarigan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya yang berjudul “Implementasi Video Company Profile dalam Meningkatkan Identitas Visual Blok M Square”.

Skripsi karya ini dibuat dan disusun sebagai tugas akhir penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia (FISIPOL UKI).

Dalam penyusunan skripsi karya ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit kendala dan tantangan yang dihadapi selama proses penelitian, perancangan, produksi, hingga penyusunan laporan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi karya ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan serta pengalaman yang dimiliki penulis. Namun, berkat bantuan, dukungan, doa, serta kontribusi dari berbagai pihak, skripsi karya ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Pertama, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Blok M Square yang telah memberikan kesempatan, dukungan, informasi, serta kerja sama selama proses pembuatan video company profile dan penyusunan skripsi karya ini.

Kedua, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua Orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan skripsi karya ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak, abang, keponakan dan semua Keluarga yang selalu memberikan semangat, perhatian, dukungan, serta doa yang tidak pernah putus selama proses penyusunan skripsi karya ini.

Ketiga, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya ini dengan baik.

Keempat, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang telah

memberikan ilmu, pengalaman, serta pembelajaran yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

Kelima, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman kelompok skripsi Belinda, Edo yang telah menjadi rekan seperjuangan, saling membantu, bertukar pikiran, memberikan semangat, serta mendukung satu sama lain selama proses penyusunan skripsi karya ini.

Keenam, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dan sahabat, Marisa, Demina, Vya, Alesia, Chaterine, Jolie dan Dewi, Ochi, Lody, Ariel yang telah memberikan dukungan, bantuan, motivasi, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi karya ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Ketujuh, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Senat Mahasiswa Kabinet Estungkara dan Organisasi Mahasiswa Fisipol Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan dukungan, pengalaman, pembelajaran, serta semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan proses penyusunan skripsi karya ini.

Kedelapan, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas kerja keras, kesabaran, dan semangat yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi karya ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis selama proses penyelesaian skripsi karya ini.

Kiranya skripsi karya ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata, dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi karya ini.

Jakarta, 1 Juli 2026

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Penciptaan Karya	1
1.2 Rumusan Penciptaan karya.....	5
1.3 Tujuan Penciptaan Karya.....	6
1.4 Manfaat Penciptaan Karya	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3 Manfaat Sosial	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.5.1 Strategi Komunikasi Digital	9
1.5.2 Konten Video	11
1.5.3 Komunikasi Pemasaran	13
1.5.4 <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	15
1.5.5 Peran Implementer	19
1.5.6 Referensi Karya	20
BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA	26
2.1 Deskripsi karya.....	26
2.1.1 Rancangan Konsep Kreatif	29
2.1.2 Perencanaan Teknis.....	34
2.2 Objek Karya.....	40
2.3 Target Publikasi	42
BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA	44
3.1. Pelaksanaan Penciptaan Karya	44
3.1.1 Pra-Produksi	44
3.1.2 Produksi	45
3.1.3 Pasca-Produksi.....	45

3.2. Pembahasan Karya	46
3.2.1 Implementasi Konten Video Komunikasi Pemasaran Blok M Square	46
3.2.2 Analisis Implementasi Konten Video Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Konsep <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	51
3.2.3 Analisis Hasil Distribusi dan Evaluasi Konten	54
3.2.4 Pembahasan Keseluruhan Hasil Karya	57
3.3. Analisis Karya	60
3.4 Evaluasi Penciptaan Karya	66
3.4.1 Evaluasi Produksi	67
3.4.2 Evaluasi Revisi dan Finalisasi	68
3.4.3 Evaluasi Anggaran	69
3.4.5 Evaluasi Publikasi	70
3.4.6 Evaluasi Perubahan Konsep Karya	71
BAB IV PENUTUP	74
4.1 Kesimpulan	74
4.2. Saran	76
4.2.1 Saran Akademis	76
4.2.2 Saran Praktis	77
4.2.3 Saran Sosial	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya.....	20
Tabel 2.2 Deskripsi Karya.....	28
Tabel 2.3 Wishlist Implementing	32
Tabel 2.4 Personel	38
Tabel 2.5 Tabel Anggaran Pasca produksi	40
Tabel 2.6 Tabel Grand Total Anggaran.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Analitik Media Sosial	48
Gambar 2.2	Analitik Instagram terbaru	50
Gambar 3.3	Tampilan Komunikasi Pemasaran Profile Blok M Square Instagram infojaksel.id.....	54
Gambar 3.4	Komentar Positif Audiens terhadap Video Komunikasi Pemasaran	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Anggaran Publikasi.....	82
Lampiran 2 : Sumber Foto Sejarah	83
Lampiran 3 : Hak Cipta Lagu.....	84
Lampiran 4 : Surat Publikasi.....	86
Lampiran 5 : Surat Perizinan Unggah di Media Instagram Info Jakarta Selatan..	87
Lampiran 6 : Dokumentasi.....	88



ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan dan pusat perbelanjaan menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media komunikasi yang lebih interaktif dan mudah diakses. Salah satu media yang banyak dimanfaatkan adalah video komunikasi pemasaran karena mampu menyampaikan informasi secara visual, menarik, dan persuasif. Blok M Square sebagai salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta memerlukan media komunikasi pemasaran yang mampu memperkenalkan fasilitas, tenant, dan aktivitas kepada masyarakat melalui pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC). Oleh karena itu, penciptaan karya ini bertujuan mengimplementasikan konten video komunikasi pemasaran Blok M Square berdasarkan konsep IMC sebagai media komunikasi pemasaran yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik media digital. Metode penciptaan karya dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dalam karya ini, penulis berperan sebagai *implementer* yang bertanggung jawab pada tahap *review*, revisi bersama mitra, distribusi konten, serta evaluasi hasil implementasi. Selama proses pelaksanaan terjadi penyesuaian konsep dari video *company profile* menjadi video komunikasi pemasaran akibat kebijakan internal Blok M Square yang mengharuskan penghapusan segmen wawancara dengan pihak manajemen dan perubahan media distribusi. Setelah memperoleh persetujuan dari pihak Blok M Square, video dipublikasikan melalui akun Instagram InfoJaksel.id. Hasil implementasi menunjukkan bahwa video berhasil melampaui target publikasi dengan memperoleh lebih dari 3.000 tayangan serta mendapatkan respons positif berupa komentar, *likes*, *shares*, dan bentuk interaksi lainnya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video mampu menyampaikan informasi mengenai fasilitas, tenant, dan aktivitas Blok M Square secara lebih menarik serta meningkatkan *awareness* masyarakat. Dengan demikian, implementasi video komunikasi pemasaran berdasarkan konsep IMC dapat menjadi media komunikasi pemasaran yang efektif dalam mendukung penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media digital.

Kata Kunci: Implementasi, Video Komunikasi Pemasaran, *Integrated Marketing Communication* (IMC), Media Digital, Blok M Square.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed the way companies and shopping centers communicate information to the public through more interactive and accessible media. One of the most widely used communication media is marketing video content, as it effectively delivers information in a visual, engaging, and persuasive manner. Blok M Square, as one of Jakarta's shopping centers, requires a marketing communication medium capable of introducing its facilities, tenants, and activities to the public through an Integrated Marketing Communication (IMC) approach. Therefore, this creative project aims to implement marketing video content for Blok M Square based on the IMC concept as an informative, communicative, and digital-oriented marketing communication medium. The creative process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. In this project, the author served as the implementer, responsible for the review process, revisions with the project partner, content distribution, and evaluation of the implementation results. During the implementation process, the concept was adjusted from a company profile video to a marketing communication video due to Blok M Square's internal policy, which required the removal of the management interview segment and changes to the content distribution strategy. After obtaining approval from Blok M Square, the video was published through the Instagram account InfoJaksel.id. The implementation results showed that the video exceeded the publication target by achieving more than 3,000 views and receiving positive audience responses, including comments, likes, shares, and other forms of engagement. The evaluation also indicated that the video successfully presented information about Blok M Square's facilities, tenants, and activities in a more engaging manner while increasing public awareness. Therefore, the implementation of marketing video content based on the Integrated Marketing Communication (IMC) concept can serve as an effective marketing communication medium to support information dissemination through digital media.

Keywords: *Implementation, Marketing Communication Video, Integrated Marketing Communication (IMC), Digital Media, Blok M Square.*