

PERANCANGAN ASET DESAIN 3 DIMENSI SEBAGAI PENDUKUNG KONTEN PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA TAHUN 2024

Nama : Syahjihaan Nabiila Raharjo
NIM : 3031910039
Dosen Pembimbing : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds.

ABSTRAK

Meningkatan jumlah mahasiswa yang bersiap untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi, menyebabkan perguruan tinggi negeri maupun swasta saling berlomba-lomba untuk mempromosikan kampusnya pada periode penerimaan mahasiswa baru. Salah satu metode yang umum dilakukan adalah melalui konten promosi digital untuk menarik calon mahasiswa unggul. Sama halnya dengan Universitas Internasional Semen Indonesia yang merupakan perguruan tinggi swasta yang berusia relatif muda, perlu untuk ikut serta mempromosikan prestasi dan keunggulan kampus melalui konten promosi *digital marketing* yang merupakan media informasi yang sedang populer pada era ini. Bagian marketing UIISI menyadari perlunya untuk senantiasa mengikuti tren yang sedang populer untuk menarik perhatian para calon mahasiswa baru. Dengan meningkatnya popularitas gaya desain 3 Dimensi pada industri kreatif, maka gaya desain ini diharapkan mampu menunjang kualitas visual dari konten promosi yang dirancang oleh UIISI pada periode penerimaan mahasiswa baru tahun 2024. Metode penelitian skripsi ini adalah penelitian kualitatif dengan pemaparan data secara naratif, serta mengacu pada teori perancangan *Branding* oleh Wheeler (2009) yang terdiri dari *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets*.

Kata kunci : Aset desain 3 dimensi, *digital marketing*, konten promosi, penerimaan mahasiswa baru

***DESIGNING 3-DIMENSIONAL DESIGN ASSETS TO SUPPORT
PROMOTIONAL CONTENT FOR UNIVERSITAS
INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA NEW STUDENT
ADMISSIONS IN 2024***

By : Syahjihaan Nabiila Raharjo
Student Identity Number : 3031910039
Supervisor : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds.

ABSTRACT

Increasing the number of students preparing to continue their studies at tertiary institutions has caused public and private universities to compete in order to promote their campuses during the new student admissions period. One method that is commonly used is through digital promotional content to attract prospective superior students. Likewise, with the Universitas Internasional Semen Indonesia, while being a relatively young private university, it is necessary to participate in promoting campus achievements and excellence through digital marketing promotional content which is an information medium that is currently popular in this era. The UIISI marketing department realizes the need to always follow trends that are currently popular to attract the attention of prospective new students. With the increasing popularity of the 3D design style in the creative industries, this design style is expected to be able to support the visual quality of promotional content designed by UIISI during the 2024 new student admission period. The research method of this thesis is qualitative research with narrative data presentation and refers to Branding design theory by Wheeler (2009) which consists of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets.

Keywords: *3D design assets, digital marketing, promotional content, new student admissions*