

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA
MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG
PUNTANG**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

MOHAMMAD STALIKA OVIARDA
00000025845

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA
MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG**

PUNTANG



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

MOHAMMAD STALIKA OVIARDA

00000025845

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Mohammad Stalika Oviarda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000025845

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG PUNTANG

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Mohammad Stalika Oviarda)

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG PUNTANG

Oleh

Nama : Mohammad Stalika Oviarda
NIM : 00000025845
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 4 Juli 2022

Pukul 14.30 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Theresia LV Lolita, M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

Pembimbing

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0304088702

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0304088702

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Stalika Oviarda

NIM : 00000025845

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Berbasis Karya

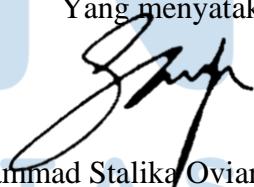
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG PUNTANG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Mohammad Stalika Oviarda)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul:

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG PUNTANG dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

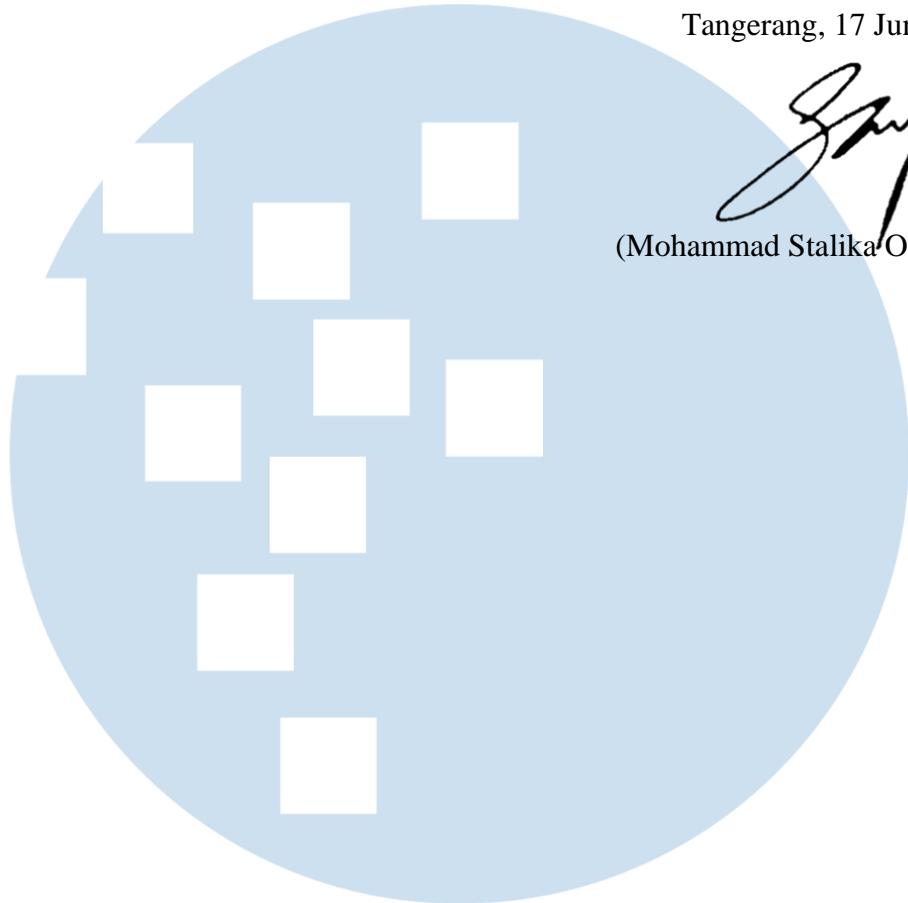
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Ibu Theresia LV Lolita, M.I.Kom. selaku ketua sidang dan Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Mohammad Stalika Oviarda)



UMN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS KOPI GUNUNG PUNTANG

Mohammad Stalika Oviarda

ABSTRAK

Kopi Gunung Puntang merupakan kopi *single origin* yang berasal dari Jawa Barat, kopi ini memiliki keunggulan berupa keunikan rasa dan aromanya yang harum. Kualitas kopi ini telah diakui internasional pada kejuaraan kopi di tahun 2016 oleh *Speciality Coffee Association of America*. Meskipun mendunia, nyatanya kopi ini belum dikenal di dalam negeri. Oleh sebab itu, karya ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* dengan menggunakan video promosi dan *collateral product* untuk menghasilkan eksposur bagi kopi Gunung Puntang. Konten video dan *collateral product* dirancang secara konseptual melalui konsep di antaranya komunikasi pemasaran, sinematografi, desain grafis, dan *brand awareness*. Dengan aspek rasio 9:16 yang berorientasi vertikal, video promosi diproduksi untuk menyesuaikan karakteristik *smartphone* dan Instagram. Karya ini merancang empat video yang dibuat melalui tahap pra produksi, produksi serta pasca produksi. Video pertama berjudul Keajaiban dari Tanah Sunda dengan durasi empat menit dan ketiga video lain berduasi satu menit dengan tema “Gunung Puntang Experience”. Karya ini juga merancang desain ilustrasi poster, flyer, dan *rack display* yang ketiganya juga melewati proses perencanaan desain yang konseptual. Total tujuh karya yang terdiri dari video dan *collateral product* dirancang sebagai upaya membangun *awareness* produk kopi gunung puntang, empat video diunggah di media sosial Instagram dengan hasil yang baik berdasarkan data *insight*. Akun @rkopipalalangon mengalami peningkatan berdasarkan indikator *reach* dan *impression*. Pembuat karya juga menyebar kuesioner yang berisi pertanyaan seputar penilaian karya yang dibagikan kepada 21 responden dengan hasil yang baik pada setiap karya yang dibuat.

Kata kunci: Kopi Gunung Puntang, Video, *Collateral*, *Brand Awareness*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PRODUCT PROFILE PLANNING IN BUILDING BRAND AWARENESS TOWARDS GUNUNG PUNTANG COFFEE

Mohammad Stalika Oviarda

ABSTRACT

*Gunung Puntang Coffee is a single origin coffee originating from West Java, this coffee has the advantage of a unique taste and fragrant aroma. The quality of this coffee has been internationally recognized at the coffee championship in 2016 by the Specialty Coffee Association of America. Although worldwide, in fact this coffee is not yet known in the country. Therefore, this work aims to build brand awareness by using promotional videos and collateral products to generate exposure for Gunung Puntang coffee. Video content and collateral product are conceptually designed through concepts including marketing communications, cinematography, graphic design, and brand awareness. With a vertically oriented 9:16 aspect ratio, promotional videos are produced to suit the characteristics of smartphones and Instagram. This work designs four videos that are made through the pre-production, production and post-production stages. The first video is entitled *Miracle of Sunda Land* with a duration of four minutes and the other three videos are one minute in duration with the theme “*Gunung Puntang Experience*”. This work also designs illustrations for posters, flyers, and display racks, all of which also go through a conceptual design planning process. A total of seven works consisting of videos and collateral products were designed as an effort to build awareness of Gunung Puntang coffee products, four videos were uploaded on Instagram social media with good results based on data insight. The @rkopipalalangon account has increased based on reach and impression indicators. The creators of the works also distributed questionnaires containing questions about the evaluation of the works which were distributed to 21 respondents with good results on each work they made.*

Keywords: Gunung Puntang Coffee, Video, Collateral, Brand Awareness.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Karya.....	5
1.3 Kegunaan Karya.....	6
BAB 2 KERANGKA KONSEPTUAL.....	7
2.1 Tinjauan Karya Sejenis	7
2.2 Konsep yang digunakan	9
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	9
2.2.2 <i>Video Marketing</i>	9
2.2.3 Komunikasi Visual.....	11
2.2.4 Video Promosi.....	11
2.2.5 Sinematografi dan Videografi	12
2.2.6 Instagram.....	26
2.2.7 Video Vertikal.....	28
2.2.8 <i>Collateral</i>	29
2.2.9 <i>Marketing Collateral</i>	29
2.2.10 Desain Grafis.....	31
2.2.11 <i>Brand Awareness</i>	37
BAB 3 RANCANGAN KARYA.....	39
3.1 Tahapan Pembuatan	39
3.1.1 Video Promosi.....	39

3.1.2	<i>Collateral</i>	44
3.2	Anggaran	46
3.3	Target Luaran/Publikasi	48
BAB 4	HASIL KARYA.....	49
4.1	Pelaksanaan	49
4.1.1	Profil Rumah Kopi Palalangon	49
4.1.2	Hasil Wawancara	49
4.1.3	Hasil Karya	52
4.2	Evaluasi	69
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Simpulan	77
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Akademis	78
5.2.2	Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021).....	1
Gambar 1.2 Produk Kopi Gunung Puntang	3
Gambar 1.3 Data Aktivitas Online.....	5
Gambar 2.1 <i>Long Shot</i>	16
Gambar 2.2 <i>Medium Shot</i>	17
Gambar 2.3 <i>Close-Up</i>	17
Gambar 2.4 <i>Wide Shot</i>	18
Gambar 2.5 <i>Establishing Shots</i>	18
Gambar 2.6 <i>Reverse-angle Shots</i>	19
Gambar 2.7 <i>Two Shot</i>	19
Gambar 2.8 <i>Point-of View</i>	20
Gambar 2.9 <i>Panning</i>	22
Gambar 2.10 <i>Tilting</i>	22
Gambar 2.11 <i>Move In/Out</i>	23
Gambar 2.12 <i>Zoom</i>	23
Gambar 2.13 <i>Color Wheel</i>	35
Gambar 2.14 <i>Hue</i>	35
Gambar 2.15 <i>Tone</i>	35
Gambar 2.16 <i>Saturation</i>	36
Gambar 4.1 Contoh Referensi Komposisi	54
Gambar 4.2 Contoh Referensi Gambar	54
Gambar 4.3 Contoh Referensi Gambar	54
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> Video Promosi.....	55
Gambar 4.5 Contoh Referensi Gambar	57
Gambar 4.6 Referensi Poster	60
Gambar 4.7 Referensi Flyer	60
Gambar 4.8 Referensi <i>Rack Display</i>	61
Gambar 4.9 <i>Moodboard</i> Poster	62
Gambar 4.10 Tipografi Poster.....	63
Gambar 4.11 Sketsa Desain Poster	64
Gambar 4.12 Hasil Akhir Poster	65
Gambar 4.13 <i>Moodboard</i> Flyer	66
Gambar 4.14 Sketsa Desain Flyer	67
Gambar 4.15 Hasil Akhir Flyer.....	68
Gambar 4.16 Desain <i>Rack Display</i>	68
Gambar 4.17 <i>Reach</i> dan <i>Impression</i> akun @rkopipalalangon	73

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Tugas Kru Poduksi.....	42
Tabel 3.2 Linimasa Pembuatan Karya	43
Tabel 3.3 Anggaran Video	46
Tabel 3.4 Anggaran Collateral Product.....	47
Tabel 4.1 Judul dan Sinopsis Video Promosi Durasi 4 menit.....	53
Tabel 4.2 Judul dan Sinopsis Video.....	56
Tabel 4.3 Alat-alat Produksi	58
Tabel 4.4 Rekapitulasi Kuesioner Riset Pasca Produksi.....	70
Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Riset Pasca Produksi.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin.....	83
Lampiran 2 Curriculum Vitae	84
Lampiran 3 Form Bimbingan Skripsi	85
Lampiran 4 Surat Ixin Perusahaan	86
Lampiran 5 Form Kuesioner	87
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	88
Lampiran 7 Pra Produksi.....	97

