

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**NATALIA FERRENCIA**

**00000044687**

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

**2024**

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

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

**NATALIA FERRENCIA**

**00000044687**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Natalia Ferrencia  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000044687  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**

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, 1 Desember 2023



(Natalia Ferrencia)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul  
**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**

Oleh

Nama : Natalia Ferrencia  
NIM : 00000044687  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Berbasis Karya Universitas Multimedia Nusantara  
Tangerang, 1 Desember 2023

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.Ikom  
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Dangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Natalia Ferrencia  
NIM : 00000044687  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : \*Tesis/Skripsi/ ~~Tugas Akhir~~

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

### **PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 1 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Natalia Ferrencia)


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul  
**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**


Oleh  
Nama : NATALIA FERRENCIA  
NIM : 00000044687  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024  
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

  
Dr. Arsa Widitiarsa  
Utoyo  
2024.01.17  
08:33:47 +07'00'  
Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T, M.Sn.  
NIDN 0313068201


Penguji

  
Digitally signed by  
Mujiono Sandim  
Date: 2024.01.17  
10:19:43 +07'00'  
Mujiono Sandim, S.I.Kom.,M.Ikom.  
NIDN 0315108802

Pembimbing

  
Digitally signed  
by Lolita Lavietha  
Date: 2024.01.17  
10:29:41 +07'00'  
Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.Ikom  
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.01.19  
10:54:25 +07'00'  
Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”

Filipi 4:6



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas terselesaikannya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul **“PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA”** yang dilakukan sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategis Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari, tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sulit bagi saya menyelesaikan skripsi berbasis karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

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. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.Ikom., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak R. Bertho Basilissa Wedhatama, M.Ikom, sebagai Dosen Pembimbing Ahli kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga perancang dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak Steven, selaku supervisi saya yang telah membimbing dan memberikan bantuan dan arahan hingga akhir periode magang ini.
8. Seluruh tim The Gramercy Alam Sutera yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.



Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, dan menyajikan pengalaman selama proses pembuatan karya profil produk yang berguna bagi kepentingan pembangunan dan ilmu pengetahuan.

Tangerang, 1 Desember 2023



(Natalia Ferrencia)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL PRODUK SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**

Natalia Ferrencia

**ABSTRAK**

Konsep promosi mengambil peran penting dalam kegiatan pemasaran produk. Promosi dapat dikatakan berhasil bila pesan komunikasi dari perusahaan dapat diterima dengan baik dan menarik perhatian ataupun rasa penasaran audiens terhadap produk yang diangkat. Perusahaan perlu memahami target pasar dan merancang strategi promosi yang tepat, serta menentukan media promosi yang sesuai. Salah satu cara memenuhi kebutuhan tersebut yakni dengan pembuatan profil produk. The Gramercy merupakan salah satu produk rumah tapak dengan kelas menengah ke atas pertama yang tengah diluncurkan oleh Alam Sutera Realty, sebagai produk baru yang tengah memasuki pasar, The Gramercy perlu membangun kesadaran dan nilai produk bagi publik. Pengenalan ini dapat disampaikan melalui adanya profil produk. Pembuatan profil produk The Gramercy ini dirancang dalam bentuk video dan *collateral* produk yang sesuai dengan kebutuhan publikasi produk. Konsep yang digunakan dalam pembuatannya, yakni konsep promosi, profil produk, media, desain komunikasi visual, dan komunikasi strategis. Sebagian besar luaran karya ini juga telah dipergunakan oleh perusahaan sebagai materi pemasaran dan memberikan dampak positif bagi kegiatan komunikasi pemasaran The Gramercy.

**Kata kunci:** Profil Produk, Promosi, Komunikasi Pemasaran

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# **PRODUCT PROFILE DESIGN AS PROMOTION MEDIA OF THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA**

Natalia Ferrencia

## **ABSTRACT**

*The concept of promotion plays an important role in product marketing activities. Promotional activities are successful if the communication message from the company is well received and able to attract the attention and curiosity of the audience towards the product being promoted. Companies need to understand the target market and design the right promotional strategy, as well as determine the appropriate promotional media. One of the ways that companies can do to meet these needs is by creating a product profile. The Gramercy is one of the first premium and prestigious residential cluster product being developed by Alam Sutera Realty. As a new product, The Gramercy needs to build awareness and product value for the public. This introduction can be conveyed through a product profile. The Gramercy product profile is designed in the form of videos and marketing collateral to suit product publication needs. The concepts used in making it are promotional concepts, product profiles, media, visual communication design, and strategic communication. Most of the output of this work has also been used by the company as marketing material and has had a positive impact on The Gramercy's marketing communications activities.*

**Keywords:** *Product Profile, Promotion, Strategic Communication*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....                                      | ii   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....   | iii  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> ..... | iv   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | v    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....   | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | vii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | ix   |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | x    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | xi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | xiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | xiv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | 1    |
| <b>1.1 Latar Belakang Pembuatan Karya</b> .....                                    | 1    |
| <b>1.2 Tujuan Karya</b> .....  | 4    |
| <b>1.3 Kegunaan Karya</b> .....  | 5    |
| <b>BAB II KERANGKA KONSEP</b> .....  | 7    |
| <b>2.1 Kajian Karya Terdahulu</b> .....  | 7    |
| <b>2.2 Konsep yang Digunakan</b> .....   | 9    |
| <b>2.2.1 Promosi</b> .....   | 9    |
| <b>2.2.2 Profil Produk</b> .....   | 10   |
| <b>2.2.3 Media</b> .....   | 14   |
| <b>2.2.4 Desain Komunikasi Visual</b> .....  | 15   |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA</b> .....                                  | 22   |
| <b>3.1 Penjabaran Produk</b> .....   | 22   |
| <b>3.2 Anggaran</b> .....  | 37   |
| <b>3.3 Target Luaran/Publikasi</b> .....   | 38   |
| <b>BAB IV HASIL KARYA DAN PEMBAHASAN</b> .....                                     | 40   |
| <b>4.1 Pelaksanaan</b> .....   | 40   |
| <b>4.2 Periode Penayangan Karya</b> .....  | 64   |

|                              |                            |           |
|------------------------------|----------------------------|-----------|
| 4.3                          | Evaluasi .....             | 64        |
| <b>BAB V</b>                 | <b>SIMPULAN SARAN.....</b> | <b>68</b> |
| 5.1                          | Simpulan .....             | 68        |
| 5.2                          | Saran.....                 | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>70</b>                  |           |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b> | <b>73</b>                  |           |



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Table 2.1 Jurnal Terdahulu .....   | 9  |
| Table 3.1 <i>Big Idea</i> Video Profil Produk The Gramercy .....   | 29 |
| Table 3.2 <i>Key Message Collateral</i> Produk The Gramercy .....  | 31 |
| Table 3.3 <i>Timeline</i> Pembuatan Karya .....  | 35 |
| Table 3.4 Perencanaan Anggaran .....   | 38 |
| Table 4.1 Skema Profil Produk The Gramercy .....   | 42 |
| Table 4.2 <i>Storyboard</i> video ‘ <i>Get to know The Gramercy: Expression of Gratitude from Alam Sutera Realty</i> ’ ..... | 47 |
| Table 4.3 <i>Storyboard</i> untuk video ‘Build with Gratitude’ .....   | 48 |
| Table 4.4 <i>Storyboard</i> untuk video ‘Riding Towards a Greener Future’ .....  | 50 |
| Table 4.5 <i>Storyboard</i> untuk video ‘Take a Closer Look at The Gramercy’ .....   | 51 |
| Table 4.6 Jadwal Produksi Video Profil Produk .....  | 52 |
| Table 4.7 Penayangan video 1 menit pada social media The Gramercy .....  | 57 |
| Table 4.8 Periode Penayangan Materi .....  | 64 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Skema Product Profile Albers, et al, .....                  | 13 |
| Gambar 3.1 Logo Alam Sutera .....                                      | 22 |
| Gambar 3.2 Logo The Gramercy .....                                     | 23 |
| Gambar 3.3 <i>Color Palette</i> The Gramercy .....                     | 26 |
| Gambar 3.4 Tipografi The Gramercy .....                                | 27 |
| Gambar 4.1 Penayangan video 4 menit pada pameran Alam Sutera Expo..... | 56 |
| Gambar 4.2 <i>Brief</i> visual Poster .....                            | 59 |
| Gambar 4.3 <i>Brief</i> visual <i>Flyer</i> .....                      | 61 |
| Gambar 4.4 <i>Brief</i> Visual KT Banner.....                          | 62 |
| Gambar 4.5 <i>Leads Report</i> Pameran Living World.....               | 66 |
| Gambar 4.6 <i>Insight Reels</i> Profil Produk .....                    | 67 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA