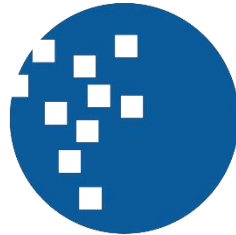


**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY
INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

VANESSA WANGSA PUTRI

00000045453

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY
INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)**



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

VANESSA WANGSA PUTRI

00000045453

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanessa Wangsa Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045453

Program Studi : Strategic Communication

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING) 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, 31 Mei 2024



Vanessa Wangsa Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)

Oleh

Nama : Vanessa Wangsa Putri
NIM : 00000045453
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 18 Juni 2024
Pukul 15:00 s.d 16:30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

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

Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si.
NIDN 0318118203

Pembimbing

Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si.
NIDN 0305018604

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Vanessa Wangsa Putri

NIM : 00000045453

Program Studi : Strategic Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : *Tesis/Skripsi/~~Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

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

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)

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, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



Vanessa Wangsa Putri

KATA PENGANTAR

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

“PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)”

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 tugas akhir 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 Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya karya ilmiah ini.
5. Bapak Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Ahli dan Pembimbing Karya yang telah memberi bantuan dan komentar terkait aspek desain untuk karya *product profile*.
6. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
7. Ibu Vania Octaviani, selaku Head of Marketing PT Kim May Indonesia yang telah mendukung dan membantu dalam proses pembuatan karya *product profile*.

8. Bapak Kevin Goh, selaku General Manager PT Kim May Indonesia (OnePM Lifestyle Building) yang telah bersedia menjadi informan dan mendukung proses pembuatan karya *product profile*.
9. Tim divisi Marketing Communication yang telah menyemangati, membantu, dan menjadi inspirasi bagi penulis selama melakukan aktivitas magang di PT Kim May Indonesia (OnePM Lifestyle Building).
10. Kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan doa serta dukungan, baik secara material maupun moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
11. Seluruh pihak yang telah terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan karya ini.

Penulis berharap bahwa karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan berperan sebagai sumber informasi ataupun inspirasi bagi para pembaca, khususnya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



Vanessa Wangsa Putri

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)

Vanessa Wangsa Putri

ABSTRAK

OnePM Lifestyle Building menawarkan ruangan dengan *ambience* yang *cozy*, *warm*, dan minimalis yang sudah lama menjadi gaya yang digemari masyarakat modern. Selain itu, konsep minimalis dan modern industrial juga sedang kembali menjadi tren karena menimbulkan kesan profesionalisme dan dirasa menciptakan lingkungan kerja yang efisien. Meski telah berdiri selama sepuluh tahun, Masih banyak khalayak yang belum mengenal OnePM Lifestyle Building sebagai salah satu gedung yang menawarkan *working space* dengan tema tersebut, sehingga *awareness* yang dimiliki oleh perusahaan ini masih dapat dimaksimalkan dengan cara mulai memanfaatkan *marketing* yang belum pernah digunakan sebelumnya, yakni video promosi dan *marketing collateral*. Meskipun di era yang serba digital ini, *offline marketing* tidak boleh digunakan agar dapat mencapai hasil yang maksimal. Selain memberikan *awareness point*, eksistensi *product profile* juga dapat meningkatkan kredibilitas, sehingga dapat semakin mendorong calon *customer* untuk menjadi salah satu *tenant* OnePM Lifestyle Building. Manfaat lain yang didapat adalah mempermudah perusahaan dalam melayani calon *customer*, serta mempermudah calon *customer* dalam mendapatkan dan menyimpan informasi terkait ruangan yang disewakan. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, maka dirancanglah karya berbentuk video promosi, poster, brosur *tri-fold*, dan *point-of-purchase* sebagai media dari *collateral product* untuk OnePM Lifestyle Building. Karya tersebut dibuat dengan mengikuti *brand guideline*, konsep videografi dan konsep desain grafis, serta telah melalui hasil penelitian yang dilakukan melalui metode observasi, wawancara, dan survei. Karya ini diharapkan dapat menjadi media promosi dan membantu pelayanan terhadap calon *customer* OnePM Lifestyle Building.

Kata kunci: *Product Profile, Marketing Collateral, Brand Awareness, PT Kim May Indonesia, OnePM Lifestyle Building.*

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

DESIGNING PRODUCT PROFILE AT PT KIM MAY INDONESIA (ONEPM LIFESTYLE BUILDING)

Vanessa Wangsa Putri

ABSTRACT

OnePM Lifestyle Building offers cozy, warm, and minimalist spaces, a style long favored by modern society. Additionally, the minimalist and modern industrial concepts are making a comeback as trends, as they create a sense of professionalism and are perceived to foster an efficient work environment. Although OnePM Lifestyle Building has been established for ten years, many people are still unaware of it as a provider of workspaces with these themes. Therefore, the company's awareness can still be maximized by utilizing marketing strategies that have not been used before, such as promotional videos and marketing collateral. Despite the digital era, offline marketing should not be overlooked to achieve optimal results. In addition to enhancing awareness, a product profile can also increase credibility, further encouraging potential customers to become tenants of OnePM Lifestyle Building. Other benefits include making it easier for the company to serve potential customers and for potential customers to obtain and store information about the rental spaces. Considering these factors, promotional videos, posters, tri-fold brochures, and point-of-purchase displays have been designed as collateral media for OnePM Lifestyle Building. These materials are created following the brand guidelines, videography concepts, and graphic design concepts, and have been developed based on research conducted through observation, interviews, and surveys. This work is expected to serve as a promotional medium and assist in the service of potential customers of OnePM Lifestyle Building.

Keywords: *Product Profile, Marketing Collateral, Brand Awareness, PT Kim May Indonesia, OnePM Lifestyle Building*

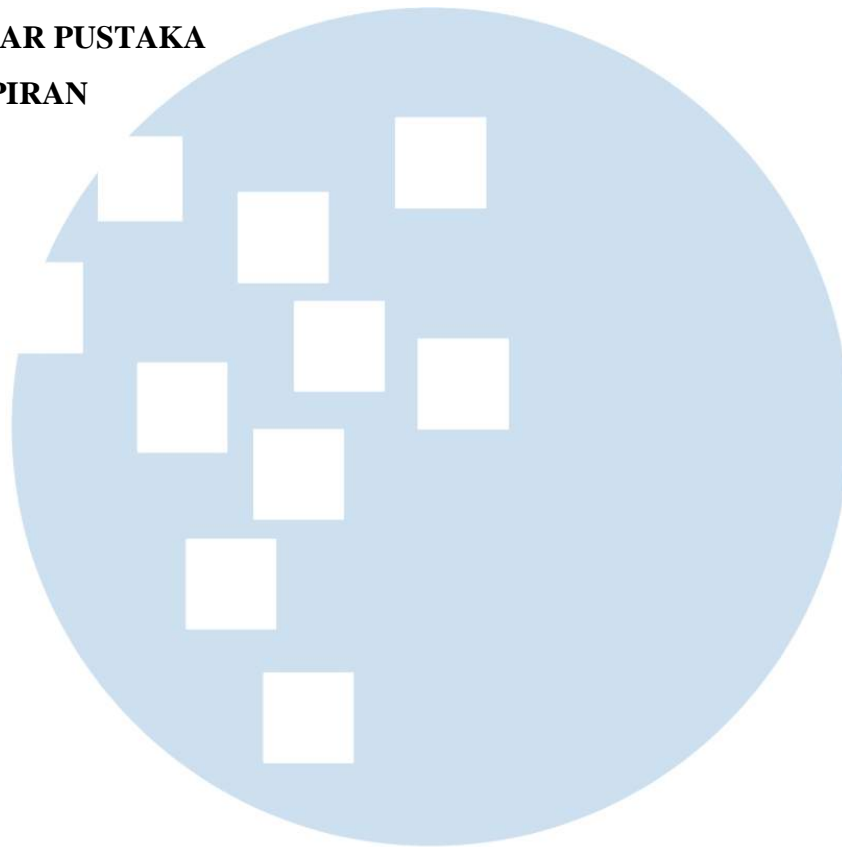
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

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	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya.....	8
1.3 Kegunaan Karya.....	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	10
2.1 Karya Terdahulu.....	10
2.2 Teori/Konsep yang Digunakan	12
2.2.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	12
2.2.2 <i>Marketing Collateral</i>	13
2.2.3 Poster.....	13
2.2.4 Brosur.....	14
2.2.5 <i>Point-of-Purchase</i>	16
2.2.6 Komunikasi Visual.....	16
2.2.7 Desain Grafis.....	17
2.2.8 <i>Brand Guideline</i>	20

2.2.9	Video Promosi.....	22
2.2.10	Sinematografi dan Videografi.....	22
2.2.11	YouTube	27
BAB III RANCANGAN KARYA		29
3.1	Tahapan Pembuatan	29
3.1.1	Pra-Produksi.....	29
3.1.2	Produksi	38
3.1.3	Pasca-Produksi	40
3.1.4	Evaluasi.....	43
3.2	Anggaran.....	44
3.3	Target Luaran/Publikasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Pelaksanaan.....	46
4.1.1	Hasil Pengumpulan Data.....	46
4.1.2	Produksi Karya.....	48
4.1.3	Hasil Karya <i>Product Profile</i> OnePM Lifestyle Building.....	51
1.	Hasil <i>Collateral Product</i>	51
2.	Hasil Video Promosi	72
4.2	Anggaran Final.....	75
4.3	Evaluasi	76
4.3.1	Evaluasi Internal.....	76
4.3.2	Evaluasi Eksternal.....	80
BAB V SIMPULAN SARAN		89
5.1	Simpulan	89
5.2	Saran.....	90
5.2.1	Saran Akademis	90

5.2.2	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		95



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1 Tinjauan Karya Terdahulu</i>	11
<i>Tabel 3.1 Peralatan Produksi</i>	37
<i>Tabel 3.2 Timeline Rancangan Karya</i>	38
<i>Tabel 3.3 Job Desc Kru Produksi</i>	40
<i>Tabel 3.4 Anggaran Rancangan Karya</i>	44
<i>Tabel 4.1 Judul dan Sinopsis Video</i>	75
<i>Tabel 4.2 Anggaran Final Rancangan Karya</i>	76
<i>Tabel 4.3 Hasil Respon Kuesioner Evaluasi Product Profile</i>	85

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Infografis Pertumbuhan Ekonomi RI 10 Tahun Terakhir</i>	2
<i>Gambar 1.2 Poster Area Available for Lease OnePM Lifestyle Building</i>	7
<i>Gambar 1.3 Poster Available for Lease di Pintu OnePM Lifestyle Building</i>	7
<i>Gambar 2.1 Contoh Poster</i>	14
<i>Gambar 2.2 Contoh Brosur Tri-Fold</i>	15
<i>Gambar 2.3 Contoh Point-of-Purchase</i>	16
<i>Gambar 3.1 Analisis Kompetitor</i>	31
<i>Gambar 3.2 Referensi Poster</i>	34
<i>Gambar 3.3 Referensi Brosur Tri-Fold 1</i>	35
<i>Gambar 3.4 Referensi Brosur Tri-Fold 2</i>	35
<i>Gambar 3.5 Referensi Point-of-Purchase</i>	36
<i>Gambar 3.6 Rerefensi Video Promosi</i>	36
<i>Gambar 3.7 Mockup Poster</i>	41
<i>Gambar 3.8 Mockup Brosur Tri-Fold</i>	41
<i>Gambar 3.9 Letak Brosur Tri-Fold di Meja Receptionist Perusahaan</i>	42
<i>Gambar 3.10 Mockup Point-of-Purchase</i>	42
<i>Gambar 3.11 Letak Point-of-Purchase di Ruangan Perusahaan</i>	42
<i>Gambar 4.1 Logo Utama PT Kim May Indonesia (OnePM Lifestyle Building)</i> ... 48	
<i>Gambar 4.2 Sub-Logo PT Kim May Indonesia (OnePM Lifestyle Building)</i>	48
<i>Gambar 4.3 Font Playfair</i>	49
<i>Gambar 4.4 Folder Dokumentasi Perusahaan</i>	50
<i>Gambar 4.5 Poster Apartemen The Parc South City</i>	52
<i>Gambar 4.6 Sketsa Poster OnePM Lifestyle Building</i>	53
<i>Gambar 4.7 Hasil Akhir Poster OnePM Lifestyle Building</i>	55
<i>Gambar 4.8 Referensi Color Palette Brosur Tri-Fold</i>	56
<i>Gambar 4.9 Referensi Layout Brosur Tri-Fold</i>	56
<i>Gambar 4.10 Sketsa Brosur Tri-Fold OnePM Lifestyle Building</i>	59
<i>Gambar 4.11 Mockup Sketsa Brosur Tri-Fold OnePM Lifestyle Building</i>	60

<i>Gambar 4.12 Color Palette untuk Brosur Tri-Fold OnePM Lifestyle Building ...</i>	61
<i>Gambar 4.13 Watermark Pada Aset OnePM Lifestyle Building</i>	61
<i>Gambar 4.14 Watermark Erasing Pada Aset OnePM Lifestyle Building.....</i>	62
<i>Gambar 4.15 Watermark Erased Pada Aset OnePM Lifestyle Building</i>	62
<i>Gambar 4.16 Mencari Aset Pendukung di Shutterstock</i>	63
<i>Gambar 4.17 Hasil Akhir Brosur Tri-Fold OnePM Lifestyle Building</i>	66
<i>Gambar 4.18 Referensi Ide PoP OnePM Lifestyle Building.....</i>	66
<i>Gambar 4.19 Ruangan di OnePM Lifestyle Building</i>	67
<i>Gambar 4.20 Referensi PoP Untuk OnePM Lifestyle Building</i>	67
<i>Gambar 4.21 Sketsa Kertas PoP OnePM Lifestyle Building.....</i>	69
<i>Gambar 4.22 Sketsa PoP OnePM Lifestyle Building.....</i>	70
<i>Gambar 4.23 Elemen Kunci Untuk PoP OnePM Lifestyle Building</i>	71
<i>Gambar 4.24 Hasil Akhir PoP OnePM Lifestyle Building</i>	72
<i>Gambar 4.25 Rerefensi Video Promosi</i>	72



DAFTAR LAMPIRAN

A.	Hasil Karya <i>Product Profile</i> OnePM Lifestyle Building	95
B.	Surat Izin Pembuatan Karya	96
C.	Surat Izin Wawancara	97
D.	Bukti Wawancara Bersama GM OnePM Lifestyle Building	97
E.	Keterangan Bimbingan Dosen Ahli	98
F.	Bukti Bimbingan Bersama Dosen Ahli	98
G.	Form Bimbingan Tugas Akhir Bersama Dosen Pembimbing	99
H.	<i>Storyboard</i>	100
I.	Wawancara	110
J.	Kuesioner Evaluasi	119
K.	Turnitin	131
L.	<i>Curriculum Vitae</i>	132

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA