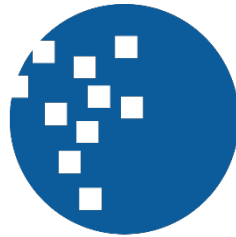


**PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* HERBAL JAYA
UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Lily Erniana

0000053382

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

2025

**PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* HERBAL JAYA
UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Lily Erniana

0000053382

UMN
UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lily Erniana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053382
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Skripsi dengan judul:

PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* HERBAL JAYA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Desember 2024



(Lily Erniana)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
**PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* HERBAL JAYA UNTUK
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Oleh

Nama : Lily Erniana
NIM : 00000053382
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2024
Pukul 15.00 s.d 16.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Arsa Widitarsa Utoyo., M.Sn.
NIDN 0313068201

Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom, M.Si.
NIDN 0309129202

Pembimbing

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lily Erniana
NIM : 00000053382
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE*
HERBAL JAYA UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 5 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Lily Erniana)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan judul “Perancangan *Product Profile* Herbal Jaya untuk Membangun *Brand Awareness*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di 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, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo.,M.Sn. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan arahan dan masukan pada saat sidang.
7. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom, M.Si. sebagai Penguji yang telah memberikan arahan serta masukan pada saat sidang.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan menyelesaikan perkuliahan.

9. Keluarga Besar Gugus Mitigasi Lebak Selatan, Abah Lala, Tete Resti, Adeline, Lala, Dayah, Ulung, Aki, dan lainnya yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan tugas akhir ini.
10. Kepada Obed Alexander yang setiap hari telah menemani saya di setiap suka dan duka dalam proses perancangan tugas akhir ini dan terus memotivasi saya untuk tetap semangat.
11. Kepada Claurinda, Patricia Lorena, Levita, Malcolm, Juan, dan seluruh keluarga besar Humanity Project Batch 5 yang telah membantu, menghibur dan mendukung dalam semua proses tugas akhir yang dilaksanakan oleh penulis.
12. Kepada diri saya sendiri, yang dengan luar biasa dan sabar dalam menjalani dan menyelesaikan seluruh masa perkuliahan serta laporan tugas akhir ini sampai pada akhirnya semua pencapaian tersebut dapat saya nikmati dan banggakan.

Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca, praktisi Ilmu Komunikasi lainnya, bagi Gugus Mitigasi Lebak Selatan, serta rekan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Desember 2024

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Lily Erniana

PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* HERBAL JAYA UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

Lily Erniana

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan dan sumber daya alam yang besar, salah satunya adalah tanaman herbal. Pengembangan produk herbal juga didukung dengan kekayaan akan tradisi pemanfaatan tanaman obat yang masih relevan di masyarakat. Salah satu wilayah yang memiliki potensi tersebut adalah Kampung Nagajaya, Lebak Selatan. Masyarakat Kampung Nagajaya memanfaatkan tanaman herbal sebagai pengobatan alternatif sehingga hal tersebut membuka peluang bagi Herbal Jaya sebagai Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) untuk hadir ditengah masyarakat. Namun, tantangan utama yang perlu dihadapi oleh *brand* baru adalah membangun *brand awareness* di kalangan masyarakat agar produk yang ditawarkan dapat dikenal dan dipercaya. Oleh karena itu, karya ini dibuat dengan tujuan untuk membangun *brand awareness* Herbal Jaya hingga pada tahap *brand recognition* bagi seluruh masyarakat Kampung Nagajaya dengan menggunakan video promosi, desain kemasan produk, dan *collateral product*. Teori atau konsep yang digunakan pada karya ini meliputi *brand awareness*, *social behaviour and change communication*, komunikasi visual, kemasan produk, dan *marketing collateral*. Metode perancangan karya menggunakan penjabaran tahap *C-Planning* dan keberhasilan karya diukur menggunakan kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang dibagikan kepada 46 masyarakat Kampung Nagajaya. Melalui kombinasi keterlibatan seluruh pihak, perancangan dan produksi karya, pemberian sosialisasi, karya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya meningkatkan *brand awareness* hingga pada tahap *brand recognition* pada *brand* Herbal Jaya.

Kata kunci: Video Promosi, Profil Produk, Strategi Komunikasi Pemasaran, Kesadaran Merek

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HERBAL JAYA PRODUCT PROFILE DESIGN TO BUILD BRAND AWARENESS

Lily Erniana

ABSTRACT

Indonesia is a country with great wealth and natural resources, one of which is herbal plants. The development of herbal products is also supported by the rich traditions of using medicinal plants which are still relevant in society. One area that has this potential is Nagajaya Village, South Lebak. The people of Nagajaya Village use herbal plants as alternative medicine so that this opens up opportunities for Herbal Jaya as a Small, Micro and Medium Enterprise (MSME) to be present in the community. However, the main challenge that new brands need to face is building brand awareness among the public so that the products offered can be known and trusted. Therefore, this work was created with the aim of building Herbal Jaya's brand awareness to the brand recognition stage for the entire Nagajaya Village community by using promotional videos, product packaging design and product collateral. The theories or concepts used in this work include brand awareness, social behavior and change communication, visual communication, product packaging, and marketing collateral. The work design method uses an elaboration of the C-Planning stage and the success of the work is measured using pre-test and post-test questionnaires distributed to 46 Nagajaya Village residents. Through a combination of involvement of all parties, design and production of work, providing outreach, it is hoped that this work can contribute to efforts to increase brand awareness up to the brand recognition stage for the Herbal Jaya brand.

Keywords: *Promotion Video, Product Profile, Marketing Communication Strategy, Brand Awareness*

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	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Karya	5
1.3 Kegunaan Karya	5
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	5
1.3.2 Kegunaan Praktis	5
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Referensi Karya.....	7
2.2 Landasan Konsep	14
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	27
3.1 Tahapan Pembuatan.....	27
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2 Metode Perancangan Karya.....	28
3.2.1 <i>Understanding The Situation</i>	29
3.2.2 <i>Focusing and Designing</i>	30
3.2.3 <i>Creating</i>	36
3.2.4 <i>Implementing and Monitoring</i>	37
3.2.5 <i>Evaluating</i>	37
3.3 Rencana Anggaran	37
3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI	38
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	42

4.1	Strategi Perancangan	42
4.1.1	<i>Understanding The Situation</i>	42
4.1.2	<i>Focusing and Designing</i>	44
4.1.3	<i>Creating</i>	62
4.2	Implementasi Karya	72
4.1.4	<i>Implementing and Monitoring</i>	72
4.2	Realisasi Anggaran	77
4.4	Evaluating	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Akademis	90
5.2.2	Saran Praktis.....	90
LAMPIRAN		94



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Referensi Karya	10
Tabel 3.1 Pembagian Tugas Kru Produksi.....	26
Tabel 3.2 Linimasa Perancangan Karya.....	31
Tabel 3.3 Rencana Anggaran	32
Tabel 4.1 Analisa SWOT Produk Herbal Jaya.....	34
Tabel 4.2 Referensi Video Profil	35
Tabel 4.3 Topik Video Promosi.....	36
Tabel 4.4 <i>Shot Type</i> Video 1	37
Tabel 4.5 <i>Storyboard</i> Video 1	37
Tabel 4.6 <i>Shot Type</i> Video 2	39
Tabel 4.7 <i>Storyboard</i> Video 2.....	40
Tabel 4.8 <i>Shot Type</i> Video 3	42
Tabel 4.9 <i>Storyboard</i> Video 3.....	42
Tabel 4.10 <i>Shot Type</i> Video 4.....	44
Tabel 4.11 <i>Storyboard</i> Video 4.....	46
Tabel 4.12 Referensi <i>collateral product</i>	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Pemanfaatan TOGA menurut Karakteristik	2
Gambar 2.1 Jenis <i>Angle</i> Kamera	17
Gambar 4.1 Referensi Kemasan Produk	51
Gambar 4.2 Brief Desain Kemasan Produk Herbal Jaya	52
Gambar 4.3 Sketsa Desain Kemasan Produk Herbal Jaya	52
Gambar 4.4 Produksi Video Profil	55
Gambar 4.5 Contoh <i>Eye Level Angle</i> Video Profil Herbal Jaya	56
Gambar 4.6 Desain Kemasan Sisi Depan Produk Herbal Jaya	57
Gambar 4.7 Desain Kemasan Sisi Belakang Produk Herbal Jaya	58
Gambar 4.8 Hasil Desain Kemasan Produk Herbal Jaya	58
Gambar 4.9 Hasil Desain Poster Herbal Jaya	59
Gambar 4.10 Desain Sisi Depan Brosur Herbal Jaya	60
Gambar 4.11 Desain Sisi Belakang Brosur Herbal Jaya	61
Gambar 4.12 Hasil Desain <i>Standing Banner</i> Herbal Jaya	62
Gambar 4.13 Proses <i>Editing</i> Video Profil Herbal Jaya	63
Gambar 4.14 Penayangan Video Profil Herbal Jaya	63
Gambar 4.15 Pameran Produk Herbal Jaya di Acara JAHERA	64
Gambar 4.16 Hasil Cetak dan Pendistribusian Poster Herbal Jaya	65
Gambar 4.17 Proses Pembagian Brosur Herbal Jaya ke dalam <i>Goodie Bag</i>	66
Gambar 4.18 Proses Pembagian <i>Goodie Bag</i> kepada Peserta	66
Gambar 4.19 Hasil Cetak <i>Standing Banner</i> Herbal Jaya	67
Gambar 4.20 Persentase Pertanyaan 1	68
Gambar 4.21 Persentase Pertanyaan 2	68
Gambar 4.22 Persentase Pertanyaan 3	69
Gambar 4.23 Persentase Pertanyaan 4	70
Gambar 4.24 Persentase Pertanyaan 5	70
Gambar 4.25 Persentase Pertanyaan 6	71
Gambar 4.26 Persentase Pertanyaan 7	72
Gambar 4.27 Persentase Pertanyaan 8	72
Gambar 4.28 Persentase Pertanyaan 9	73
Gambar 4.29 Persentase Pertanyaan 10	74

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tautan Google Drive Hasil Karya Video Profil	81
Lampiran B Turnitin	82
Lampiran C Konsultasi Dosen Pembimbing	83
Lampiran D Konsultasi Dosen Ahli	84
Lampiran E <i>Curriculum Vitae</i>	86



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA