

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE
SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi Karya

Whitney Karnisa

0000054180

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

2025

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE
SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



Skripsi Karya

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Whitney Karnisa

0000054180

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Whitney Karnisa
NIM : 00000054180
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:
**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE SHERATON GRAND JAKARTA
GANDARIA CITY HOTEL UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20 Desember 2024



Whitney Karnisa

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE SHERATON GRAND JAKARTA
GANDARIA CITY HOTEL UNTUK MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

Oleh

Nama : Whitney Karnisa
NIM : 00000054180
Program Studi : *Strategic Communication*
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

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

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing


Drs. Asep Sutresna, MA.

NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Whitney Karnisa
NIM : 00000054180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL UNTUK MENINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

√ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

√ Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 20 Desember 2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Whitney Karnisa

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

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

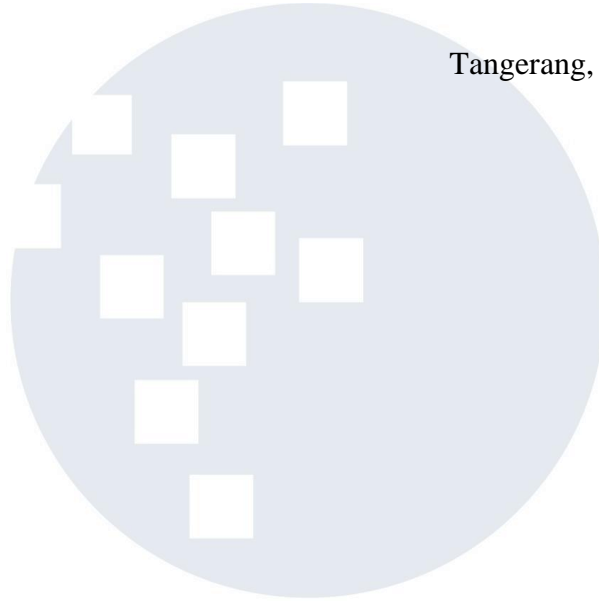
“PERANCANGAN PRODUCT PROFILE SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengucapkan terima kasih kepada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi berbasis karya ini:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. 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, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, MA. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan pembuatan *product profile* guna meningkatkan *brand awareness* perusahaan.
8. Dequinita Vadela, Denny, dan Windu Priatna selaku anggota Departemen Marketing Communications Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yang senantiasa memberikan pengetahuan baru dan membimbing selama

menjalankan pembuatan berbagai karya *product profile* video dan *marketing collaterals*.

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

Tangerang, 20 Desember 2024



Whitney Karnisa

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Whitney Karnisa

ABSTRAK

Industri perhotelan Indonesia berkembang dari tahun ke tahun karena adanya peningkatan kebutuhan jasa akomodasi untuk memenuhi kebutuhan *Meetings, Incentive, Conference, Exhibition* (MICE) dan wisata masyarakat. Industri perhotelan kompetitif yang membuat masing-masing properti melakukan pemasaran yang lebih luas dengan berbagai strategi komunikasi pemasaran, termasuk Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yang berada di bawah PT Pakuwon Jati Tbk. Berdasarkan survei yang dilakukan, posisi Sheraton Grand Jakarta menempati posisi *recall*. Strategi pemasaran yang diimplementasikan untuk meningkatkan *awareness* adalah dengan pembuatan *product profile* yang mencakup penjelasan produk, identitas, dan nilai-nilai perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* yang menunjukkan fasilitas dan dedikasi pelayanan yang disediakan. *Product profile* dibuat untuk memperkuat citra merek di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif. Konsep yang menjadi dasar karya yang dibuat yaitu video promosi (Miller, 2020), *marketing collateral* (Duncan, 2022), *brand awareness* (Febriyantoro, 2020). Karya yang dibuat mencakup empat video produk, poster, *flyer*, serta *point of purchase*. Karya dipublikasikan melalui media sosial, kerjasama dengan Gandaria City Mall, serta penayangan video saat kegiatan *sales call* berhasil meningkatkan *brand awarenessnya menjadi recognize*. Dengan dibuatnya karya sebagai strategi komunikasi pemasaran, diharapkan perusahaan mampu terus memperkuat *brand awareness* yang dimilikinya.

Kata kunci: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, *Brand Awareness, Product Profile, Video Promosi, Marketing Collateral*

SHERATON GRAND JAKARTA GANDARIA CITY HOTEL PRODUCT PROFILE PRODUCTION TO INCREASE BRAND AWARENESS

Whitney Karnisa

ABSTRACT

The hospitality industry in Indonesia has been growing year by year due to the increasing demand for accommodation services to meet the needs of Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (MICE), and tourism. This competitive industry drives each property to engage in broader marketing efforts using various marketing communication strategies, including Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, which operates under PT Pakuwon Jati Tbk. Based on a survey conducted, Sheraton Grand Jakarta currently holds the recall position. The marketing strategy implemented to enhance awareness involves the creation of a product profile that includes an explanation of the product by showcasing the facilities and service dedication provided. The product profile is designed to strengthen the brand image amid the increasingly competitive hospitality industry. The concept underpinning this work includes promotional videos (Miller, 2020), marketing collateral (Duncan, 2022), and brand awareness (Febriyantoro, 2020). The deliverables consist of four product videos, posters, flyers, and point-of-purchase materials. These works are published through social media, collaborations with Gandaria City Mall, and video screenings during sales call activities, which successfully improved the brand awareness to the recognition stage. By creating these works as part of its marketing communication strategy, the company is expected to continuously strengthen its brand awareness.

Keywords: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, Brand Awareness, Product Profile, Video Promotion, Marketing Collateral

DAFTAR ISI

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	7
1.3 Kegunaan Karya	8
BAB II KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep yang Digunakan	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tahapan Pembuatan	24
3.2 Target Luaran/Publikasi	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Pelaksanaan	35
4.2 Evaluasi	53
BAB V SIMPULAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Linimasa Pembuatan Karya	28
Tabel 3. 2 Anggaran Karya Video	28
Tabel 3. 3 Peran Kru Produksi	32



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2 Essential Digital Headliners Indonesia	4
Gambar 4. 1 Contoh High Angle	44
Gambar 4. 2 Contoh Eye Angle	44
Gambar 4. 3 Contoh Low Angle	45
Gambar 4. 4 Desain Poster	47
Gambar 4. 5 Desain Flyer	48
Gambar 4. 6 Proses Edit Video di Adobe Premiere Pro	50
Gambar 4. 7 Peletakkan Flyer di Meja Resepsionis Gandaria City Mall	53
Gambar 4. 8 Insight Instagram Story Poster	55
Gambar 4. 9 Insight Instagram Story Konten 1	56
Gambar 4. 10 Insight Instagram Story Konten 2	57
Gambar 4. 11 Insight Video Durasi 1 Menit Pertama.....	59
Gambar 4. 12 Insight Video Durasi 1 Menit Kedua	60
Gambar 4. 13 Insight Video Durasi 1 Menit Ketiga	61
Gambar 4. 14 Insight Video Reels Konten 1	62
Gambar 4. 15 Insight Video Reels Konten 2	63
Gambar 4. 16 Persentase Asal Responden Kuesioner	66
Gambar 4. 17 Persentase Jenis Kelamin Responden Kuesioner	67
Gambar 4. 18 Persentase Umur Responden Kuesioner	67
Gambar 4. 19 Rata-rata Pengeluaran per Bulan Responden Kuesioner.....	67
Gambar 4. 20 Media Sosial Yang Digunakan Responden Kuesioner	68
Gambar 4. 21 Cara Responden Menemukan Video.....	68
Gambar 4. 22 Persentase Ketertarikan Audiens Terhadap Video.....	69
Gambar 4. 23 Persentase Ketertarikan Audiens Terhadap Audio Video.....	69
Gambar 4. 24 Persentase Ketertarikan Audiens Terhadap Teks Pada Video	70
Gambar 4. 25 Pengemasan Edit Video Menurut Responden Kuesioner	70
Gambar 4. 26 Kesan Responden Kuesioner Terhadap Video.....	71
Gambar 4. 27 Persentase Kelengkapan Informasi Video Menurut Responden Kuesioner	72
Gambar 4. 28 Pesan Responden Kuesioner Terhadap Video	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Tautan Google Drive Hasil Karya Product Profile Video.....	83
LAMPIRAN C Hasil Turnitin.....	81
LAMPIRAN D Surat Izin Perusahaan	85
LAMPIRAN E Storyboard.....	86
LAMPIRAN F <i>Curriculum Vitae</i>	97
LAMPIRAN G Konsultasi Form Konsultasi Skripsi/Tugas Akhir	99
LAMPIRAN H Konsultasi Form Bimbingan Ahli Skripsi/Tugas Akhir Dosen	101
LAMPIRAN I Hasil Evaluasi Survei Kuesioner	103
LAMPIRAN J Dokumentasi Publikasi Video Durasi 1 Menit	112
LAMPIRAN K Dokumentasi Publikasi Poster.....	113
LAMPIRAN L Dokumentasi Publikasi <i>Flyer</i>	114
LAMPIRAN M Dokumentasi Konsultasi Dengan Dosen Ahli	115

