

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE MORIHAUS IDEMU
VIVERE GROUP**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

GABRIELLA CHRISTINA LIANTO

00000057087

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

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE MORIHAUS IDEMU
VIVERE GROUP**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

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

GABRIELLA CHRISTINA LIANTO

00000057807

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Christina Lianto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057807

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* MORIHAUS IDEMU VIVERE GROUP

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, 12 Juli 2025



<https://e-meterai.co.id/>

(Gabriella Christina Lianto)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* MORIHAUS IDEMU VIVERE
GROUP

Oleh

Nama : Gabriella Christina Lianto

NIM : 00000057807

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 12 Juli 2025

Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Cendera Rizky Anugrah Bangun

S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

Inco Hary Perdana

NIDN 0308117706

Pembimbing

Dian Nuranindya S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriella Christina Lianto
NIM : 00000057807
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Product Profile MORIHAUS IDEMU by
VIVERE Group

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, 12 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Gabriella Christina Lianto)

* 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

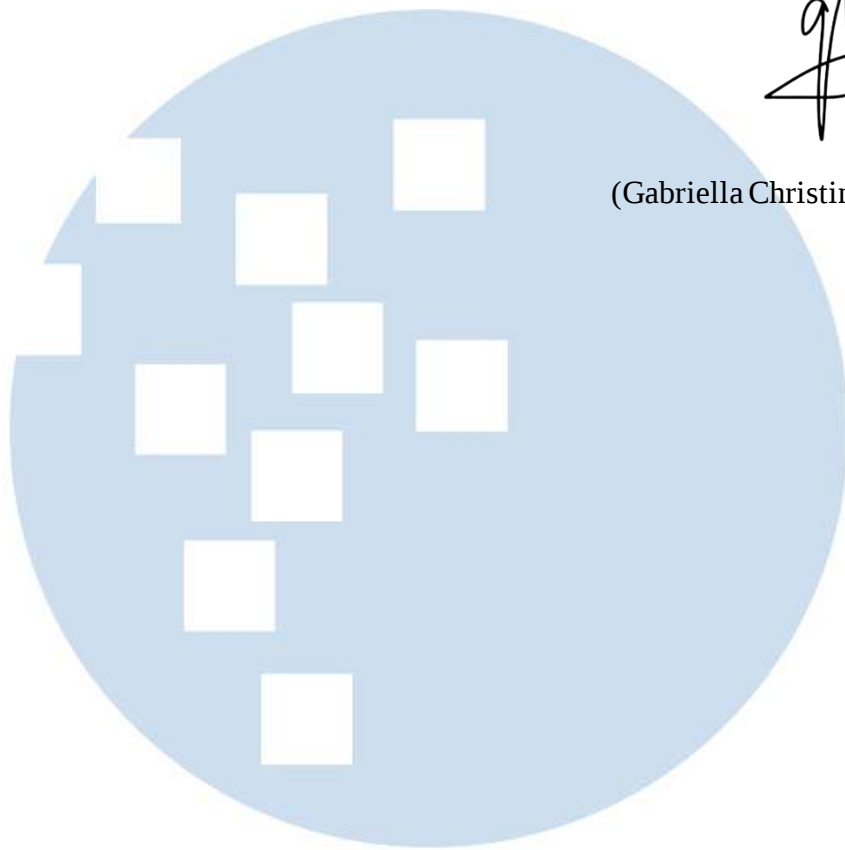
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul:

“PERANCANGAN PRODUCT PROFILE MORIHAUS IDEMU VIVERE GROUP” 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:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi 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 Inco Hary Perdana, selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ci Della, Rio, Ko Edo, Ci Michelle, Kalila, Kenza, Jeti, Nadine, Diva, GC, Angel, dan Putrida yang telah memberikan dukungan moral sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 12 Juli 2025



(Gabriella Christina Lianto)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* MORIHAUS IDEMU VIVERE GROUP

Gabriella Christina Lianto

ABSTRAK

IDEMU by VIVERE Group adalah brand penyedia jasa custom furniture, desain interior yang turut menawarkan koleksi furniture built-in untuk area dapur, ruang tamu, wardrobe, meja makan, dan ruang tidur yang dapat disesuaikan dengan layout ruangan, gaya serta preferensi pelanggan baik dari konsep modern, minimalis, elegan, klasik, dan lain-lain. Seiring dengan bertambahnya koleksi interior IDEMU, diperlukan pula pemahaman dan peningkatan kesadaran terhadap koleksi produk interior, salah satunya adalah koleksi terbaru IDEMU yaitu MORIHAUS. Perancangan product profile yang terdiri dari empat *Video Profile* dan *collateral product* berupa brosur, poster, dan floor sticker, yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen akan koleksi interior terbaru IDEMU yang mengusung konsep Japanese-Scandinavian yaitu MORIHAUS. Karya ini dirancang berdasarkan konsep komunikasi yaitu komunikasi visual (Lester, 2020), integrated marketing communication (Kotler & Armstrong, 2021), dan *brand awareness* (Kotler & Keller, 2021). Diharapkan melalui perancangan product profile ini, *product awareness* dari MORIHAUS mampu meningkatkan pemahaman konsumen akan koleksi interior yang ditawarkan IDEMU.

Kata kunci: Profil Produk, Komunikasi Visual, Desain Interior, Kesadaran Merek, Idemu vivere group.



DESIGNING *PRODUCT PROFILE* OF MORIHAUS IDEMU VIVERE GROUP

Gabriella Christina Lianto

ABSTRACT

IDEMU by VIVERE Group is a brand that provides custom furniture and interior design services, offering a range of built-in furniture for kitchen, living room, wardrobe, dining, and bedroom areas. These can be customized according to the room layout, style, and customer preferences, whether modern, minimalist, elegant, classic, or others. As the IDEMU interior Collection expands, there is a growing need to improve consumer awareness and understanding of its product offerings particularly its newest Collection, MORIHAUS, which adopts a Japanese-Scandinavian concept. This final project focuses on designing a product profile consisting of four profile videos and supporting promotional materials, including brochures, posters, and floor stickers, aimed at enhancing consumer awareness and comprehension of the MORIHAUS Collection. The project is grounded in the theories of visual communication (Lester, 2020), integrated marketing communication (Kotler & Armstrong, 2018), and brand awareness (Kotler & Armstrong, 2021). Through this product profile design, it is expected that the brand awareness of MORIHAUS will increase consumer understanding of IDEMU's interior Collections.

Keywords: *Product Profile, Visual Communication, Interior Design, Brand awareness, Idemu vivere group*



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	1
1.2 Tujuan Karya	5
1.3 Kegunaan Karya	6
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	8
2.1 Tinjauan Karya Sejenis	8
2.2 Landasan Konsep	11
2.2.1 <i>Product Profile</i>	11
2.2.2 <i>Point of Sales Materials</i>	13
2.2.3 Videography	15
2.2.4 Copywriting	17
2.2.5 <i>Brand Identity</i>	18
2.2.6 <i>Marketing Mix</i>	23
2.2.7 <i>Integrated Marketing Communications</i>	26
2.2.8 <i>Brand awareness</i>	27

2.2.9 Media Sosial	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	31
3.1 Tahapan Pembuatan	31
3.1.1 Pra Produksi	31
3.1.2 Produksi	47
3.1.3 Pasca Produksi	49
3.2 Rencana Anggaran	50
3.3 Target Luaran/Publikasi	50
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	53
4.1 Strategi Perancangan	53
4.1.1 Pra-Produksi	54
4.1.2 Produksi	63
4.1.2.1 Produksi Video Profile	63
4.1.2.1 Produksi Collateral product	63
4.1.3 Pasca Produksi	66
4.2 Implementasi Karya	67
4.2.1 <i>Collateral product</i>	67
4.2.2 Poster Produk	68
4.2.3 Brosur	72
4.2.4 <i>Floor Sticker</i>	76
4.2.4 Video Profile	79
4.3.1 Evaluasi	91
4.3.1 Hasil Evaluasi	91
BAB IV KESIMPULAN SARAN	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran	99

5.2.1	Saran Akademis	99
5.2.2	Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		102
	Lampiran A Turnitin (Wajib Ada)	102
	Lampiran B. Konsultasi Form (Wajib Ada)	106
	Lampiran C. Formulir Persetujuan dan Transkrip Wawancara	108
	Lampiran D. Daftar Pertanyaan Wawancara	111
	Lampiran E. Transkrip Evaluasi Informan 1	116
	Lampiran F. Transkrip Evaluasi Informan 2	120
	Lampiran G. Transkrip Evaluasi Informan 3	124
	Lampiran H. Bukti Foto Wawancara Informan	129
	Lampiran I. Surat Perizinan Penggunaan Logo Perusahaan	130



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Brief Design MORIHAUS Collection</i>	37
Tabel 3.2 <i>Brief Design Brosur 3 Fold MORIHAUS Collection</i>	40
Tabel 3.3 <i>Brief Design Floor Sticker MORIHAUS Collection</i>	43
Tabel 3.4 <i>Linimasa Pembuatan Product Profile</i>	46
Tabel 3.5 <i>Jobdesk Produksi Video Product Profile</i>	48
Tabel 3.5 <i>Rencana Anggaran MORIHAUS Collection</i>	50
Tabel 4.1 <i>Linimasa Pembuatan Product Profile MORIHAUS Collection</i>	62
Tabel 4.2 <i>Realisasi Anggaran Produksi Video</i>	67
Tabel 4.3 <i>Realisasi Anggaran Cetak Design</i>	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Marketing Mix.....	24
Gambar 2.2 Pengelolaan Strategi <i>Marketing Mix</i>	25
Gambar 2.2 Piramida Integrated Marketing Communication.....	26
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand awareness</i>	28
Gambar 3.1 Referensi Video Iklan IKEA	33
Gambar 3.2 Referensi Iklan Dekoruma.....	34
Gambar 3.3 <i>Mock-up Design</i> Poster <i>MORIHAUS Collection</i>	38
Gambar 3.4 Referensi Desain Brosur.....	39
Gambar 3.5 <i>Mock-Up Design</i> Brosur Produk <i>MORIHAUS Collection</i>	41
Gambar 3.6 Referensi <i>Design Floor Sticker</i>	42
Gambar 3.7 <i>Mock-Up Design Floor Sticker MORIHAUS Collection</i>	44
Gambar 3.8 <i>Storyline</i> dan <i>Storyboard MORIHAUS Collection</i>	45
Gambar 4.1 Konten Feeds dan Instagram Reels IDEMU	55
Gambar 4.2 Konten Youtube IDEMU	56
Gambar 4.3 <i>Tagline Product Profile MORIHAUS Collection</i>	59
Gambar 4.4 Lampiran <i>Storyline</i> dan <i>Storyboard MORIHAUS Collection</i>	60
Gambar 4.5 Lampiran <i>Briefing Design Collateral product</i>	61
Gambar 4.6 <i>Draft Design</i> Poster Produk	68
Gambar 4.7 <i>Final Design</i> Poster Produk	70
Gambar 4.8 Pemasangan Poster MORIHAUS.....	71
Gambar 4.9 <i>Draft Design</i> Brosur Produk	72
Gambar 4.10 <i>Final Design</i> Brosur Produk.....	74
Gambar 4.11 Penggunaan Brosur Produk.....	75
Gambar 4.12 <i>Draft Design Floor Sticker</i>	76
Gambar 4.13 <i>Final Design Floor Sticker</i>	77
Gambar 4.14 Pemasangan <i>Floor Sticker</i>	78
Gambar 4.15 <i>Draf</i> Video 1 Menit- <i>Living room</i>	79
Gambar 4.16 Final Video 1 Menit	80
Gambar 4.17 Bukti Publikasi Video 1 Menit - <i>Living room</i>	81
Gambar 4.18 Bukti Publikasi Instagram Story.....	82

Gambar 4.19 <i>Draft</i> Video 1 Menit – Dining & Kitchen area.....	83
Gambar 4.20 Final Video 1 Menit – Dining & Kitchen area	84
Gambar 4.21 Bukti Publikasi Video 1 Menit -Dining and Kitchen area.....	84
Gambar 4.22 Bukti Publikasi Story 1 Menit -Dining and Kitchen area.....	85
Gambar 4.23 <i>Draft</i> Video 1 Menit – Living room & Kitchen area	86
Gambar 4.24 Final Video 1 Menit – Living room & Kitchen area.....	86
Gambar 4.25 Publikasi Video 1 Menit – Living room & Kitchen area	87
Gambar 4.26 Publikasi Video 1 Menit – Living room & Kitchen area	88
Gambar 4.27 <i>Draft</i> Video 4 Menit.....	89
Gambar 4.28 Final Video 4 Menit	90
Gambar 4.29 Final Video 4 Menit	90
Gambar 4.30 Laporan <i>Insight</i> Instagram Reels.....	95
Gambar 4.31 Laporan <i>Insight</i> Instagram Reels.....	96
Gambar 4.32 Laporan <i>Insight</i> Instagram Reels.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	102
Lampiran B. Konsultasi Form.....	106
Lampiran C. Formulir Persetujuan dan Transkrip Wawancara.....	108
Lampiran D. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	111
Lampiran E. Transkrip Evaluasi Informan 1.....	116
Lampiran F. Transkrip Evaluasi Informan 2.....	120
Lampiran G. Transkrip Evaluasi Informan 3	124
Lampiran H. Bukti Foto Wawancara Informan	129
Lampiran I. Surat Perizinan Penggunaan Logo Perusahaan	130
Lampiran J. Surat Perizinan <i>Shooting Product profile</i>	132

