

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO
JAYA (ROOTIN COFFEE)**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

STEPHANUS WINATA

00000055962

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

2025

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO
JAYA (ROOTIN COFFEE)**



STEPHANUS WINATA

00000055962

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanus Winata

Nomor Induk Mahasiswa 00000055962

Program Studi : Strategic Communication

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO JAYA (ROOTIN COFFEE) 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Denpasar, 19 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Stephanus Winata', with several horizontal lines underneath.

Stephanus Winata

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO JAYA (ROOTIN COFFEE)

Oleh

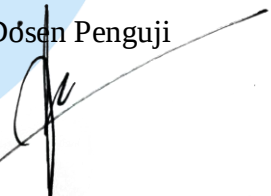
Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 12 Juli 2025
Pukul 10:00 s.d 11:30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dr. Bonifacius Hendar Putranto, M. Hum.
NIDN 0407047904

Dosen Penguji


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

Dosen Pembimbing


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.28 15:58:28
+07'00'
Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Strategic Communication
Jenjang : D3/S1/S2* (pilih salah satu)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PRODUCT PROFILE
DI PT KOPINDO JAYA (ROOTIN
COFFEE)

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.

Denpasar, 19 Juni 2025



Stephanus Winata

* 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 yang berjudul:

”PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO JAYA (ROOTIN COFFEE)”

Disusun sebagai salah satu bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan, bimbingan, dan kontribusi dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan proyek tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan rasa terima kasih kepada:

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. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak R. Berto Basillisa Wedhatama S.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Ahli yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Bonifacius Hendar Putranto, M. Hum. selaku Ketua Sidang dan Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
7. Ibu Irna Sulistiani selaku *Head of Marcom & Digital* dan Bapak Jimmy Ciputra selaku *Assistant Marketing Manager* PT Kopindo Jaya yang mendukung dan membantu proses pembuatan karya tugas akhir *product profile*.

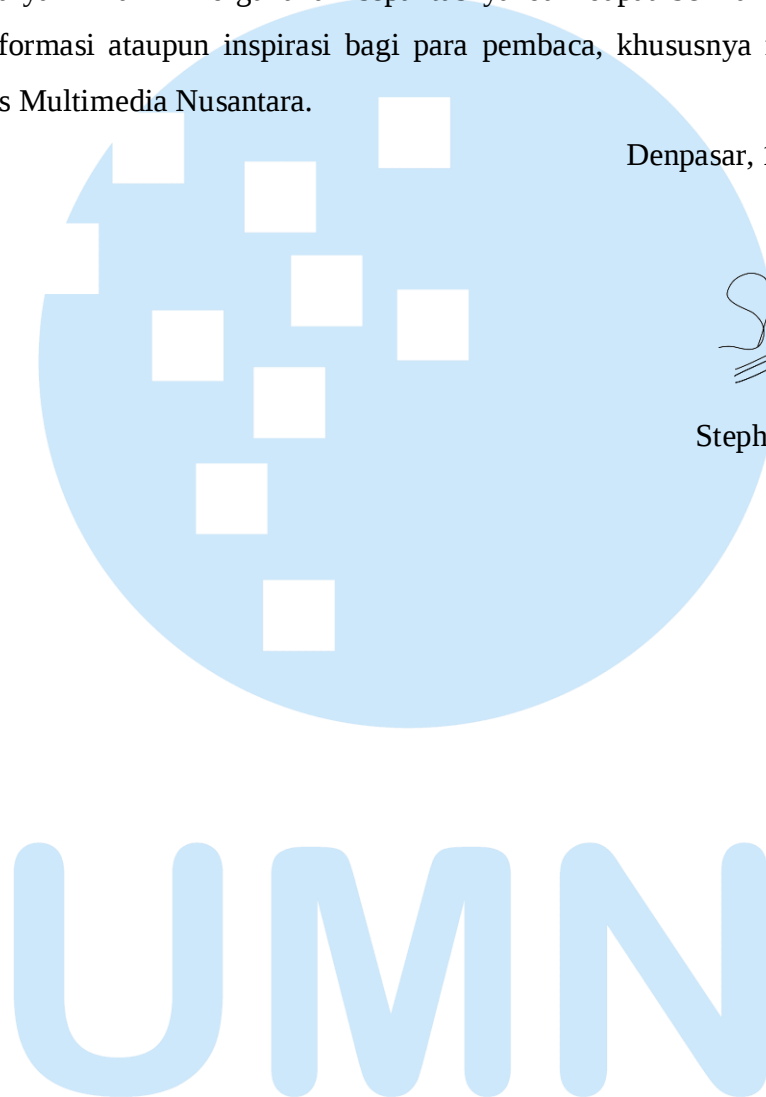
8. Tim *Marcom & Digital* PT Kopindo Jaya yang telah membantu, menyemangati, dan membagi ilmunya selama penulis melaksanakan kegiatan magang dan perancangan karya tugas akhir.
9. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini digunakan sepantasnya dan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi ataupun inspirasi bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

Denpasar, 19 Juni 2025



Stephanus Winata



UMN

PERANCANGAN PRODUCT PROFILE DI PT KOPINDO

JAYA (ROOTIN COFFEE)

Stephanus Winata

ABSTRAK

PT Kopindo Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata di Pulau Bali dan mengatasi berbagai unit bisnis, dimana salah satunya adalah Rootin Coffee, sebuah toko kopi dengan konsep *cozy modern*. Untuk memperluas variasi produknya, Rootin kini menghadirkan Rootin Drip Coffee, produk kopi praktis dalam bentuk *drip bag* yang menggunakan biji kopi arabika berkualitas. Meski produk ini memiliki potensi yang tinggi, masih banyak konsumen yang kurang memahami produk, sehingga tingkat pengetahuan produk masih dapat ditingkatkan. Maka dari itu, media video promosi dan media cetak digunakan sebagai strategi untuk memperkuat *awareness* dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Pada era digital ini, pemasaran cetak tetap dapat dikombinasikan secara terintegrasi dengan strategi pemasaran di media digital. Selain bertujuan meningkatkan *awareness* merek dan produk, perancangan profil produk juga ditujukan untuk memperkuat kredibilitas merek serta membantu pihak perusahaan dalam mengomunikasikan produk kepada konsumen secara jelas dan menarik. Karya proyek ini menghasilkan empat video promosi dan tiga jenis media cetak berupa poster, brosur *trifold*, dan *point-of-purchase*. Proses perancangan dilakukan berdasarkan konsep-konsep videografi dan desain grafis, serta didukung oleh metode pengumpulan data melalui observasi partisipatif dan wawancara. Diharapkan proyek ini tidak hanya meningkatkan *awareness* terhadap produk, tetapi juga merendahkan *barrier to entry* terhadap kopi *specialty grade*, serta mendorong terjadinya pembelian impulsif. Hingga saat ini, karya telah dipublikasikan melalui media sosial resmi perusahaan dan dipasang di beberapa titik pada area perusahaan PT Kopindo Jaya.

Kata kunci: *Product Profile, Promotional Video, Collateral Product, Rootin Drip Coffee, PT Kopindo Jaya.*

DESIGNING PRODUCT PROFILE AT KOPINDO GROUP (ROOTIN COFFEE)

Stephanus Winata

ABSTRACT

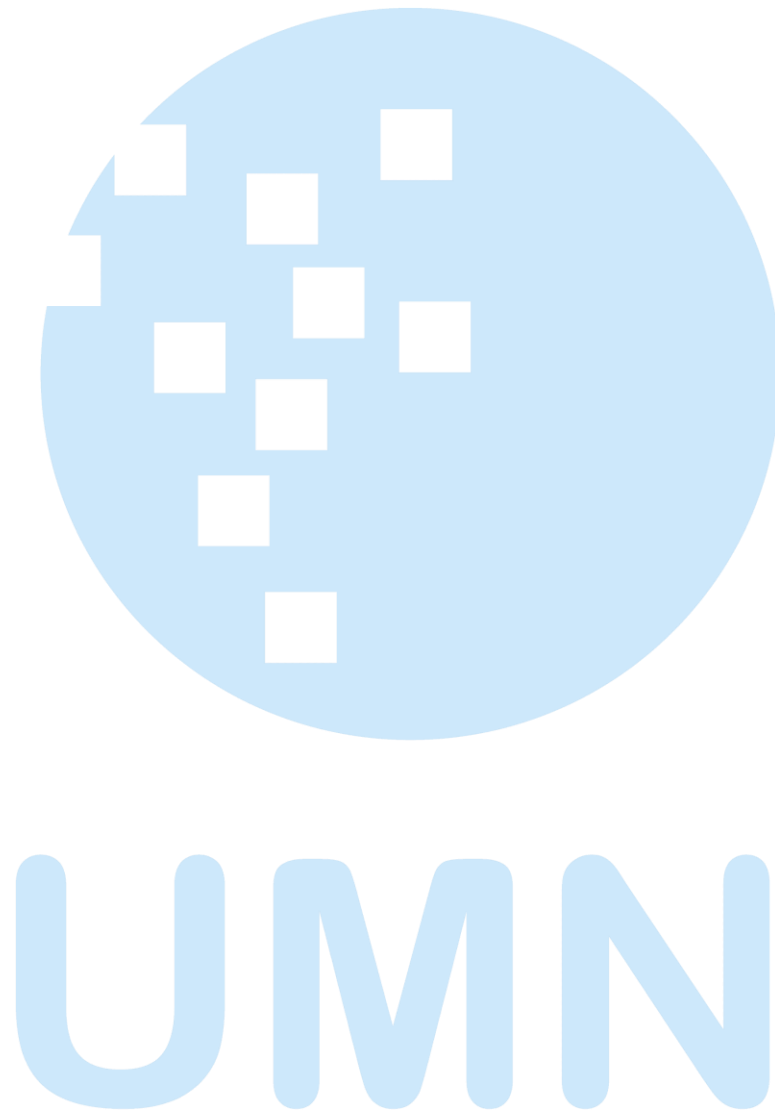
Kopindo Group is a company engaged in the tourism industry in Bali and oversees various business units, one of which is Rootin Coffee, a coffee shop with a cozy modern concept. To expand its product offerings, Rootin has launched Rootin Drip Coffee, a practical drip bag coffee product made with high quality single origin arabica beans. Although this product holds great potential, many consumers still lack sufficient understanding of it, resulting in low product awareness. Therefore, promotional videos and collateral products are utilized as strategic tools to strengthen awareness and introduce the product to a broader market. In today's digital era, offline marketing can still be combined with digital marketing strategies. In addition to increasing brand and product awareness, the development of this product profile also aims to enhance brand credibility and assist the company in communicating product information to consumers in a clear and engaging way. This project resulted in four promotional videos and three types of collateral products: a poster, a trifold brochure, and a point-of-purchase display. The design process was carried out based on principles of videography and graphic design, supported by data collected through participatory observation and interviews. It is expected that this project will not only improve product awareness, but also lower the barrier to entry for specialty grade coffee and encourage impulse buying behavior. To date, the project has been published through the company's official social media accounts and displayed in several areas of PT Kopindo Group's business locations.

Keywords: Product Profile, Promotional Video, Collateral Product, Rootin Drip Coffee, Kopindo Group.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	9
1.3 Kegunaan Karya	9
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.3.2 Kegunaan Praktis	9
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Referensi Karya.....	10
2.2 Landasan Konsep.....	12
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	31
3.1 Tahapan Pembuatan	31
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	38
4.1 Strategi Perancangan	38
4.2 Implementasi Karya	46
4.3 Evaluasi	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
5.2.1 Saran Akademis	111

5.2.2 Saran Praktis.....	111
LAMPIRAN.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Pembuatan Karya	35
Tabel 3. 2 Anggaran Video	36
Tabel 3. 3 Anggaran Collateral Product	36
Tabel 4. 1 Anggota Tim Produksi	44
Tabel 4. 2 Hasil Survey Main Video	105
Tabel 4. 3 Hasil Survey Short Video 1.....	105
Tabel 4. 4 Hasil Survey Short Video 2.....	106
Tabel 4. 5 Hasil Survey Short Video 3.....	106
Tabel 4. 6 Hasil Survey Poster.....	107
Tabel 4. 7 Hasil Survey Trifold Brochure.....	107
Tabel 4. 8 Hasil Survey Point-of-Purchase	108
Tabel 4. 9 Hasil Survey Overall Project.....	108

UMN

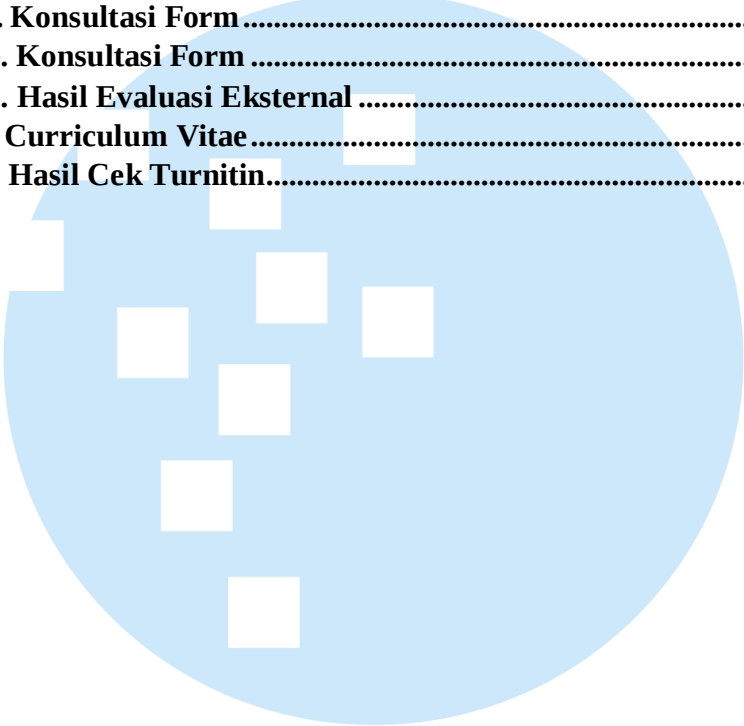
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Peminum Kopi di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Produksi Kopi Indonesia tahun 2022	2
Gambar 1. 3 Rasio Beli atau Seduh Kopi.....	4
Gambar 1. 4 Persentase Harga Kopi Yang Dibeli Berdasarkan SES Level.....	6
Gambar 1. 5 Rootin Drip Coffee	7
Gambar 2. 1 Marketshare Desktop vs Mobile vs Tablet.....	17
Gambar 2. 2 Time Spent Using Social Media Apps.....	18
Gambar 2. 3 Contoh Sequence.....	20
Gambar 2. 4 Contoh Emphasis	21
Gambar 2. 5 Contoh Balance	21
Gambar 2. 6 Contoh Unity	22
Gambar 4. 1 Wawancara E-Commerce	47
Gambar 4. 2 Storyline Video Sequence Main Video	54
Gambar 4. 3 Premise, Logline, dan Synopsys Main Video	55
Gambar 4. 4 Lokasi rumah pribadi penulis.....	57
Gambar 4. 5 Lokasi Rootin Coffee.....	58
Gambar 4. 6 Lokasi area perumahan penulis.....	58
Gambar 4. 7 Biaya Tim Production.....	60
Gambar 4. 8 Biaya Graphic Design.....	61
Gambar 4. 9 Storyboard Main Video Scene 1	61
Gambar 4. 10 Wardrobe & Properti Reference Main Video Scene 1	62
Gambar 4. 11 Shot List 5AM - 1PM	63
Gambar 4. 12 Biaya Sewa Production Gear.....	67
Gambar 4. 13 Properti Rootin Drip Coffee	68
Gambar 4. 14 Properti biji kopi dan toples kaca.....	69
Gambar 4. 15 Properti toples dan teko kopi.....	69
Gambar 4. 16 Properti gelas kopi transparan.....	70
Gambar 4. 17 Properti wardrobe talent	70
Gambar 4. 18 Properti di lokasi Rootin Coffee	71
Gambar 4. 19 Properti sketchbook, tablet, dan lainnya.....	71
Gambar 4. 20 Biaya Properti Shooting	72
Gambar 4. 21 Calendar Penulis Mei 2025	72
Gambar 4. 22 Test Shoot.....	74
Gambar 4. 23 Setup Lighting Area Dapur	75
Gambar 4. 24 Persiapan Shot List, Storyboard, dan Properti Area Dapur.....	76
Gambar 4. 25 Shoot Detail/Tekstur Kopi.....	76
Gambar 4. 26 Before After Teknik Pengambilan Footage Penyeduhan	77

Gambar 4. 27 Shoot Talent Area Dapur.....	77
Gambar 4. 28 Setup Lighting dan Shoot Area Meja Makan.....	78
Gambar 4. 29 Shoot Area Kamar Tidur	79
Gambar 4. 30 Setup Drone Shot	80
Gambar 4. 31 Shoot Area Kasir/Bar Rootin Coffee	80
Gambar 4. 32 Shoot Area Cafe Rootin Coffee	81
Gambar 4. 33 Footage Bean Sorting Golden Rabbits Coffee	82
Gambar 4. 34 Setup dan Hasil Shoot Whole Product Variants	82
Gambar 4. 35 Setup Shoot Ending Scene Main Video	83
Gambar 4. 36 Shoot Area Ruang Tamu	83
Gambar 4. 37 Shoot Area Kebun.....	84
Gambar 4. 38 Shoot Area Lobby Perumahan	84
Gambar 4. 39 Shoot Short Video 3	85
Gambar 4. 40 Tim Production Selesai Shooting.....	85
Gambar 4. 41 Sketch Poster.....	86
Gambar 4. 42 Sketch Trifold Brochure	87
Gambar 4. 43 Sketch Point-of-Sales	87
Gambar 4. 44 Bentuk Revisi untuk Graphic Designer	88
Gambar 4. 45 Design Depan Trifold Brochure.....	90
Gambar 4. 46 Design Belakang Trifold Brochure.....	90
Gambar 4. 47 Design Poster	92
Gambar 4. 48 Breakdown dan Design PoP	94
Gambar 4. 49 Poster pada Area Kasir Rootin Coffee	95
Gambar 4. 50 Trifold Brochure di Area Cafe Rootin Coffee	96
Gambar 4. 51 Point-of-Purchase di Area Kasir Jimbaran Food Court.....	96
Gambar 4. 52 Main Video pada YouTube.....	98
Gambar 4. 53 Short Videos pada Grid Instagram Rootin Coffee	99
Gambar 4. 54 Budget Breakdown Promotional Video	100
Gambar 4. 55 Budget Breakdown Collateral Product	100
Gambar 4. 56 Kata yang Terpikirkan dari Product Profile Rootin Drip Coffee .	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Izin Penggunaan Merek.....	115
Lampiran B. Verification Form (MBKM-04)	116
Lampiran C. Transkrip Wawancara.....	117
Lampiran D. Bukti Wawancara.....	119
Lampiran E. Konsep dan Hasil Karya.....	120
Lampiran F. Konsultasi Form	121
Lampiran G. Konsultasi Form	122
Lampiran H. Hasil Evaluasi Eksternal	123
Lampiran I. Curriculum Vitae.....	152
Lampiran J. Hasil Cek Turnitin.....	154



UMN