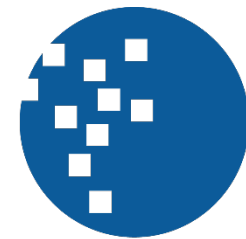


**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE UNTUK *BRAND*  
TRANSPULMIN PADA MENARINI INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**SHABIRA REGITA PRIMASWARI DIAS**

**00000082545**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**PERANCANGAN PRODUCT PROFILE UNTUK *BRAND*  
TRANSPULMIN PADA MENARINI INDONESIA**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**SHABIRA REGITA PRIMASWARI DIAS**

**00000082545**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shabira Regita Primaswari Dias

Nomor Induk Mahasiswa : 00000082545

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* UNTUK *BRAND* TRANSPULMIN  
PADA MENARINI INDONESIA

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, 21/11/2025



\*materai Rp10.000,00

(Shabira Regita Primaswari Dias)

## **HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Shabira Regita Primaswari Dias  
NIM : 00000082545  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan : PERANCANGAN PRODUCT PROFILE UNTUK  
BRAND TRANSPULMIN PADA MENARINI INDONESIA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir\*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ✓ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

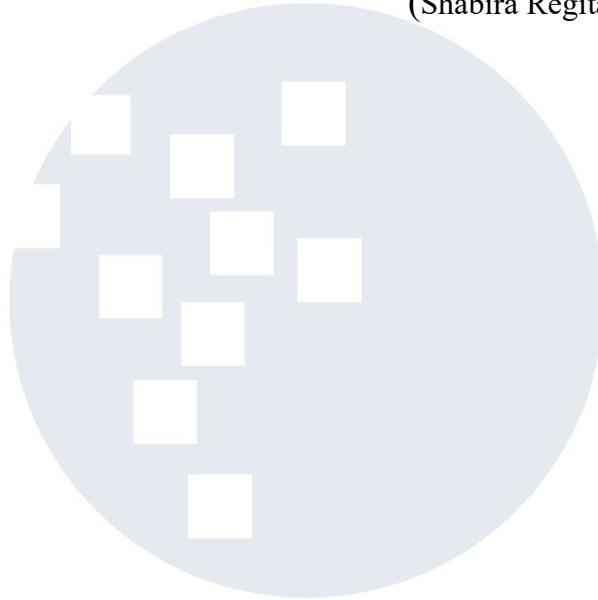
Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 3 Desember 2025



(Shabira Regita Primaswari Dias)



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Product Profile dengan judul

Perancangan *Product Profile* Untuk *Brand* Transpulmin Pada Menarini Indonesia

Oleh

Nama : Shabira Regita Primaswari Dias

NIM : 00000082545

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

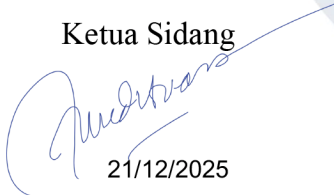
Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Desember 2025

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



21/12/2025

Dr. Arsa Widityarsa Utoyo, S.T., M.Sn.  
NIDN 0313068201

Penguji



Inco Hary Perdana  
NIDN 0308117706

Pembimbing



Novaldy  
Prawhesmara  
2025.12.21

15:34:50 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0307117806

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.12.22  
09:37:33 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shabira Regita Primaswari Dias  
NIM : 00000082545  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan *Product Profile* Untuk *Brand*  
Transpulmin Pada Menarini Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa\* (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, 20 November 2025



(Shabira Regita Primaswari Dias)

\* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

\*\* 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 laporan magang ini dengan judul:

**“PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* UNTUK *BRAND* TRANSPULMIN PADA MENARINI INDONESIA”** 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Fatimah Syarief, selaku Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya, terutama Ayah dan Bunda yang senantiasa mendoakan penulis dan memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
7. Seluruh teman-teman saya, terkhususnya Nafisah, Anya, Iqi, Ano, Felix, Justin, Dio, Farnip, Nail, dan Om yang telah senantiasa memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

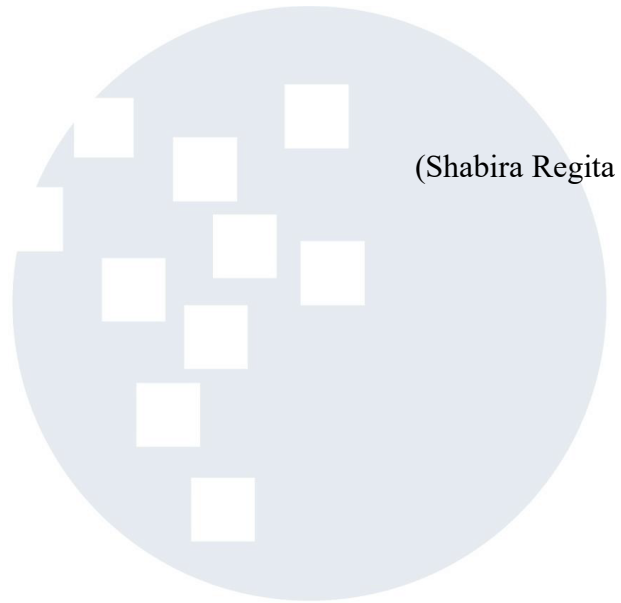


Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20 November 2025



(Shabira Regita Primaswari Dias)



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN *PRODUCT PROFILE* UNTUK *BRAND*

## TRANSPULMIN PADA MENARINI INDONESIA

(Shabira Regita Primaswari Dias)

### ABSTRAK

Transpulmin merupakan produk kesehatan yang diformulasikan untuk meringankan gejala flu dan batuk pada anak. Seiring dengan perubahan demografi di Indonesia, terjadi pergeseran segmen pengguna utama dari Ibu Milenial ke Ibu Generasi Z (Gen Z). Fenomena ini menuntut pembaruan strategi komunikasi visual yang relevan dengan karakteristik Gen Z yang *digital-native* dan memiliki preferensi visual yang berbeda. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan media komunikasi visual terintegrasi berupa Video Produk (untuk edukasi *frontliners*) dan *Collateral Product* (untuk *brand recall* konsumen). Metode perancangan menggunakan model *Research and Development* (R&D) yang meliputi tahap potensi dan masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi ahli, dan uji coba. Hasil perancangan berupa *Video Product Knowledge* dan POSM (*Point of Sales Materials*) seperti Poster, Brosur, dan Wobbler. Berdasarkan hasil evaluasi *post-test* menggunakan skala Likert 1-5, Video Produk terbukti efektif meningkatkan pemahaman *frontliners* dengan skor rata-rata 4.8 (Sangat Setuju), sedangkan desain *Collateral Product* dinilai menarik dan informatif oleh target audiens Ibu Gen Z dengan skor rata-rata 4.6 (Sangat Menarik).

**Kata kunci:** *Transpulmin, Sales Promotion, Gen Z.*

# ***DEVELOPING A PRODUCT PROFILE FOR THE TRANSPULMIN BRAND AT MENARINI INDONESIA***

(Shabira Regita Primaswari Dias)

## ***ABSTRACT***

*Transpulmin is a health product formulated to relieve flu and cough symptoms in children. Along with demographic changes in Indonesia, there has been a shift in the main user segment from Millennial Mothers to Generation Z (Gen Z) Mothers. This phenomenon demands a renewal of visual communication strategies relevant to Gen Z characteristics, who are digital-natives and have distinct visual preferences. This project aims to produce integrated visual communication media in the form of Product Videos (for frontliner education) and Collateral Products (for consumer brand recall). The design method uses the Research and Development (R&D) model, which includes potential and problem analysis, data collection, product design, expert validation, and testing. The results include Product Knowledge Videos and POSM (Point of Sales Materials) such as Posters, Brochures, and Wobblers. Based on post-test evaluation using a 1-5 Likert scale, the Product Video proved effective in increasing frontliner understanding with an average score of 4.8 (Strongly Agree), while the Collateral Product design was rated as attractive and informative by the Gen Z Mother target audience with an average score of 4.6 (Very Attractive).*

***Keywords:*** *Transpulmin, Sales Promotion, Gen Z.*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

|                                                                        |      |
|------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....                                 | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI) ..... | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                               | v    |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                       | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                                   | vii  |
| ABSTRAK .....                                                          | ix   |
| ABSTRACT .....                                                         | x    |
| DAFTAR ISI .....                                                       | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                                     | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                  | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                    | 1    |
| 1.2 Tujuan Karya .....                                                 | 6    |
| 1.3 Kegunaan Karya .....                                               | 6    |
| 1.3.1 Kegunaan Akademis .....                                          | 6    |
| 1.3.2 Kegunaan Praktis .....                                           | 6    |
| 1.3.3 Kegunaan Sosial .....                                            | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                          | 8    |
| 2.1 Referensi Karya .....                                              | 8    |
| 2.2 Landasan Konsep .....                                              | 14   |
| 2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....            | 15   |
| 2.2.2 <i>Sales Promotion</i> .....                                     | 19   |
| 2.2.3 <i>Videography</i> .....                                         | 27   |
| 2.2.4 <i>Generasi Z</i> .....                                          | 32   |
| 2.2.5 <i>Product Knowledge</i> .....                                   | 34   |
| BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA .....                             | 37   |
| 3.1 Tahapan Pembuatan .....                                            | 37   |
| 3.2 Prosedur Pengembangan Karya .....                                  | 38   |
| 3.3 Perancangan Karya .....                                            | 41   |

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI.....                  | 49        |
| <b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b> | <b>51</b> |
| 4.1 Strategi Perancangan .....                        | 51        |
| 4.2 Implmentasi Karya.....                            | 51        |
| 4.3 Evaluasi .....                                    | 77        |
| <b>BAB V KESIMPULAN SARAN.....</b>                    | <b>84</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                  | 84        |
| 5.2 Saran.....                                        | 85        |
| 5.2.1 Saran Akademis.....                             | 85        |
| 5.2.2 Saran Praktis.....                              | 85        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                            | <b>87</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                  | <b>91</b> |
| .....                                                 | 92        |



## DAFTAR TABEL

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Anggaran Video Produk.....                       | 49 |
| Tabel 3. 2 Anggaran Collateral Product.....                 | 49 |
| Tabel 3. 3 Total Anggaran Keseluruhan .....                 | 49 |
| Tabel 4. 1 Script Transpulmin Baby .....                    | 53 |
| Tabel 4. 2 Script Transpulmin Kids .....                    | 54 |
| Tabel 4. 3 Script Transpulmin Baby and Kids.....            | 56 |
| Tabel 4. 4 Script Video Product Knowledge Transpulmin ..... | 58 |
| Tabel 4. 5 Hasil Survei Video Produk .....                  | 81 |
| Tabel 4. 6 Hasil Survei Collateral Product.....             | 82 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Perkembangan Pasar Farmasi di Indonesia 2024.....                                         | 1  |
| Gambar 1. 2 Pertumbuhan Industri Kimia, Farmasi & Obat Tradisional Terhadap PDB .....                 | 2  |
| Gambar 1. 4 Logo Menarini Group.....                                                                  | 3  |
| Gambar 2. 1 Model Hierarki Efek dan Strategi Pesan .....                                              | 17 |
| Gambar 2. 2 Standee .....                                                                             | 21 |
| Gambar 2. 3 Poster.....                                                                               | 21 |
| Gambar 2. 4 Banner Product.....                                                                       | 22 |
| Gambar 2. 5 Rak Display (Display Rack).....                                                           | 22 |
| Gambar 2. 6 Counter Display.....                                                                      | 23 |
| Gambar 2. 7 Floor Sticker.....                                                                        | 23 |
| Gambar 2. 8 Wobblers .....                                                                            | 24 |
| Gambar 2. 9 Danglers .....                                                                            | 24 |
| Gambar 2. 10 Shelf Talker.....                                                                        | 25 |
| Gambar 2. 11 Brochure.....                                                                            | 25 |
| Gambar 2. 12 Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) .....                | 28 |
| Gambar 2. 13 Storyboard .....                                                                         | 29 |
| Gambar 2. 14 Sudut Eye Level .....                                                                    | 30 |
| Gambar 2. 15 Sudut Low Angle .....                                                                    | 31 |
| Gambar 2. 16 Sudut High Angle.....                                                                    | 31 |
| Gambar 4. 1 Storyline Transpulmin Baby .....                                                          | 52 |
| Gambar 4. 2 Storyboard Transpulmin Baby .....                                                         | 53 |
| Gambar 4. 3 Storyline Transpulmin Kids .....                                                          | 53 |
| Gambar 4. 4 Storyboard Transpulmin Kids .....                                                         | 55 |
| Gambar 4. 5 Storyline Transpulmin Baby and Kids.....                                                  | 55 |
| Gambar 4. 6 Storyboard Transpulmin Baby and Kids.....                                                 | 56 |
| Gambar 4. 7 Storyline Video Product Knowledge Transpulmin .....                                       | 57 |
| Gambar 4. 8 Storyboard Video Product Knowledge Transpulmin .....                                      | 59 |
| Gambar 4. 9 Implementasi Video Produk Transpulmin Baby and Kids 60s .....                             | 61 |
| Gambar 4. 10 QR Code Video Produk Transpulmin Baby and Kids 60s.....                                  | 61 |
| Gambar 4. 11 Implementasi Video Produk Transpulmin Baby 60s .....                                     | 62 |
| Gambar 4. 12 QR Code Video Produk Transpulmin Baby 60s .....                                          | 62 |
| Gambar 4. 13 Implementasi Video Produk Transpulmin Kids 60s .....                                     | 63 |
| Gambar 4. 14 QR Code Video Produk Transpulmin Kids 60s .....                                          | 63 |
| Gambar 4. 15 Dokumentasi penggunaan video produk pada sesi product knowledge training .....           | 65 |
| Gambar 4. 16 Dokumentasi penggunaan video produk alternatif pada sesi product knowledge training..... | 66 |
| Gambar 4. 17 Tampilan Product Knowledge Alternatif Transpulmin.....                                   | 67 |
| Gambar 4. 18 Sketsa Awal Poster.....                                                                  | 68 |

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 19 Sketsa Akhir Poster .....                                         | 68 |
| Gambar 4. 20 Penggunaan Poster pada Event Offline .....                        | 69 |
| Gambar 4. 21 Penggunaan Poster saat Acara Penghargaan Brand Choice Award ..... | 70 |
| Gambar 4. 22 Sketsa Awal Brosur .....                                          | 71 |
| Gambar 4. 23 Sketsa Akhir Brosur .....                                         | 72 |
| Gambar 4. 24 Mock-up implementasi brosur .....                                 | 73 |
| Gambar 4. 25 Sketsa Awal Wobbler .....                                         | 74 |
| Gambar 4. 26 Sketsa Akhir Wobbler .....                                        | 75 |
| Gambar 4. 27 Panduan Wobbler Guardian .....                                    | 75 |
| Gambar 4. 28 Hasil Akhir Wobbler Guardian .....                                | 76 |
| Gambar 4. 29 Mock-up implementasi wobbler .....                                | 77 |





## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran A Turnitin (Wajib Ada).....                                | 91  |
| Lampiran B Formulir Bimbingan (Wajib Ada) .....                     | 94  |
| Lampiran C Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial..... | 95  |
| Lampiran D Bukti Konsultasi Dengan Dosen Pakar/Praktisi .....       | 97  |
| Lampiran E Surat Perizinan Merek.....                               | 99  |
| Lampiran F Hasil Karya Poster Transpulmin .....                     | 100 |
| Lampiran G Hasil Karya Brosur Transpulmin.....                      | 101 |
| Lampiran H Hasil Karya Wobbler Transpulmin.....                     | 102 |
| Lampiran I Hasil Survei Video Produk.....                           | 103 |
| Lampiran J Hasil Survei Collateral Product.....                     | 104 |
| Lampiran K Transkrip Wawancara.....                                 | 106 |

