



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENERAPAN KONSEP *TRUSTED* DALAM VIDEO  
*COMPANY PROFILE* CENTURY HEALTHCARE**

**Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Melvin Utami Prasticia  
NIM : 11120210324  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2017**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melvin Utami Prasticia

NIM : 11120210324

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

**PENERAPAN KONSEP *TRUSTED* DALAM VIDEO**

***COMPANY PROFILE CENTURY HEALTHCARE***

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam

pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2017

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Melvin Utami Prasticia', written in a cursive style.

Melvin Utami Prasticia

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**PENERAPAN KONSEP *TRUSTED* DALAM VIDEO**  
***COMPANY PROFILE* CENTURY HEALTHCARE**

Oleh

Nama : Melvin Utami Prasticia  
NIM : 11120210324  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 19 Juni 2017

Pembimbing I



Kemal Hasan, S.T., M.Sn.

Penguji

Ketua Sidang



Annita, S.Pd., M.F.A.



Bernadus Yoseph Prabowo, B.MediaA&Prod., M.ScrPr.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

## ABSTRAKSI

*Trusted* merupakan suatu rasa keyakinan yang dimiliki oleh setiap individu untuk dapat bergantung pada orang lain, barang, maupun jasa agar dapat mengatasi suatu kondisi tertentu. Dengan demikian, konsep *trusted* digunakan dengan tujuan agar dapat meyakinkan konsumen pada kualitas obat asli dan juga jasa pelayanan yang diberikan oleh apotek Century Healthcare. Hal tersebut dapat terwujud dengan media *company profile* yang menginformasikan produk serta pelayanan. Oleh karena itu seorang *creative director* sangat berperan penting, hal ini dikarenakan *creative director* harus mampu mengembangkan *client brief* untuk mendapatkan sebuah konsep video yang akan digunakan. Konsep ini nantinya akan berpengaruh terhadap *brand image* perusahaan tersebut.

Kata kunci: *trusted, company profile, creative director, brand image.*



UMN

## **ABSTRACT**

*Trusted is a sense of confidence that is owned by any individual to be able to rely on other people, goods, and services in order to cover a particular condition. Thus, the concept of the trusted used with the purpose to be able to reassure consumers on the quality of the original drug and also services provided by pharmacies Century Healthcare. It can be realized with the media company profile that inform products and services. It is therefore a very creative director plays an important role, this is because creative director must be able to develop client brief to get a concept video that will be used. This concept would later influence on brand image of the company.*

*Keyword: trusted, company profile, creative director, brand image.*



UMN

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT, karena hingga saat ini telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir “Penerapan konsep *Trusted* pada Video *Company profile* Century Healthcare”. Tugas Akhir ini dibuat sebagai hasil pemikiran dan penerapan ilmu-ilmu yang telah penulis dapatkan selama masa kuliah di Universitas Multimedia Nusantara fakultas seni & desain, program studi Desain Komunikasi Visual dengan peminatan *Cinematography*. Tugas Akhir ini berupa video *Company profile* perusahaan apotek Century Healthcare yang bergerak di bidang farmasi, penulis bekerja sama dengan seorang teman yang berperan sebagai *Account Executive*. Penulis dalam tugas akhir ini, berperan sebagai *Creative Director*.

Dalam proses pembuatan video *company profile* Century Healthcare, penulis telah mendapatkan beberapa pelajaran mengenai proses pembuatan suatu konsep yang tepat, dan juga penulis harus berperan sebagai konsultan bagi *client* agar video dengan pesan yang ingin disampaikan, tidak melebar dari tujuan pembuatan video *company profile* itu sendiri. Penulis mengharapkan dari tugas akhir ini, pembaca dapat mempelajari proses kerja seorang *creative director* dalam menerapkan konsep ke dalam suatu video *company profile*.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih secara mendalam kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.



2. Kemal Hasan, S.T., M.Sn., selaku dosen yang telah membimbing dan memberi masukan serta *support* kepada penulis dalam proses pembuatan laporan tugas akhir ini.
3. Annita, S.Pd., M.F.A. selaku dosen sekaligus pembimbing akademik, yang telah membantu penulis dalam masa perkuliahan.
4. Kus Sudarsono, S.E, M.Sn., selaku dosen yang telah memberi masukan kepada penulis dalam membuat tugas akhir.
5. Iwan Budiman selaku Direktur PT. Pharos Indonesia dan juga Century Healthcare yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan secara materil dan non materil kepada penulis selama ini, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
7. Dan seluruh pihak yang telah membantu dalam terlaksananya tugas akhir pembuatan *video company profile* Century Healthcare, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tangerang, 31 Mei 2017

Penulis,



Melvin Utami Prasticia

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	2
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Komunikasi .....	4
2.1.1. Tujuan Komunikasi.....	4
2.2. Promosi .....	5

2.2.1.	Tujuan Promosi .....	6
2.2.2.	Jenis-jenis Promosi .....	7
2.3.	<i>Creative Director</i> .....	8
2.4.	<i>Client Brief</i> .....	9
2.5.	Analisis SWOT .....	10
2.6.	<i>Brand Image</i> .....	11
2.6.1.	Faktor yang Mempengaruhi Brand Image .....	11
2.7.	Konsumen .....	12
2.7.1.	Psikologi Konsumen .....	12
2.7.2.	Perilaku Konsumen .....	12
2.8.	Kepercayaan.....	13
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>15</b>
3.1.	Metode Penelitian.....	15
3.2.	Profil Perusahaan .....	16
3.3.	Kompetitor Perusahaan .....	18
3.3.1.	Apotek Guardian .....	19
3.3.2.	Apotek K-24.....	20
3.4.	Pengumpulan Data Awal.....	20
3.5.	Posisi Penulis .....	23
3.6.	Tahapan Kerja .....	24
3.7.	Acuan .....	25
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>		<b>28</b>

4.1.	Analisis SWOT .....	28
4.2.	<i>Client Brief</i> .....	31
4.3.	Hasil Pengumpulan Data Awal .....	33
4.4.	Pembuatan Konsep.....	35
4.4.1.	<i>Moodboard</i> .....	36
4.4.2.	Wawancara <i>Audience</i> .....	38
4.5.	Analisis Konsep <i>Trusted</i> .....	41
4.5.1.	<i>Script</i> .....	42
4.5.2.	Visualisasi Konsep <i>Trusted</i> .....	46
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1.	Kesimpulan .....	53
5.2.	Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>XIII</b>

UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Apotek Century Healthcare Healthcare .....	17
Gambar 3.2. Logo apotek Guardian .....	19
Gambar 3.3. Logo apotek K-24 .....	20
Gambar 3.4. Posisi Penulis .....	24
Gambar 3.5. <i>Company profile</i> Allianz 2015 .....	26
Gambar 3.6. <i>Company profile</i> Siloam Hospital 2013 .....	27
Gambar 4.1. <i>moodboard</i> .....	37
Gambar 4.2. Visual Sejarah Apotek Century .....	47
Gambar 4.3. Tampilan apotek Century dengan logo lama.....	48
Gambar 4.4. Tampilan apotek Century dengan logo baru .....	48
Gambar 4.5. Tampilan Sertifikat.....	49
Gambar 4.6. Tampilan Produk.....	50
Gambar 4.7. Tampilan Pelayanan Konsultasi .....	51

UMMN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Anak perusahaan Pharos Group.....	16
Tabel 3.2. Profile konsumen Century Healthcare .....	21
Tabel 4.1. SWOT apotek Century Healthcare .....	30
Tabel 4.2. Hasil Pengumpulan Data Awal .....	33
Tabel 4.3. Profil <i>Audience</i> .....	38
Tabel 4.4. Respon <i>audience</i> .....	40
Tabel 4.4. Script konsep <i>trusted</i> .....	42

UMMN

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A: SCRIPT KONSEP <i>TRUSTED</i></b> .....	<b>XVI</b>
<b>LAMPIRAN B: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN</b> .....	<b>XX</b>
<b>LAMPIRAN C: DAFTAR PERTANYAAN DATA AWAL</b> .....	<b>XIII</b>
<b>LAMPIRAN D: PROFIL KONSUMEN</b> .....	<b>XIV</b>
<b>LAMPIRAN E: PERTANYAAN &amp; <i>AUDIENCE RESPON</i></b> .....	<b>XVII</b>

UMMN