



**STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN PRODUCT PROFILE
AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI
BENTUK CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN**

Tugas Akhir

(Aplikatif)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih Gelar Strata 1

(S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
Disusun oleh:
Dhany Wijayanto Putra
MERCU BUANA

44216010154

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhany Wijayanto Putra
NIM : 44216010154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN** adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Tugas Akhir ini bukan merupakan tiruan ataupun duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 20 Februari 2021

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Dhany Wijayanto Putra

Dosen Pembimbing I

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dosen Pembimbing II

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN
PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA
DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK
CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN

Nama : Dhany Wijayanto Putra

NIM : 44216010154

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Febuari 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Dosen Pembimbing II



(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF

Judul : **STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN
PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA
DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK
CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN**

Nama : Dhany Wijayanto Putra
NIM : 44216010154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Februari 2021

Ketua Sidang,
Anindita, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,
Dwi Firmansyah, M.Ikom

(.....)

Pembimbing I
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

(.....)

Pembimbing II
Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN**

Nama : Dhany Wijayanto Putra

Nim : 44216010154

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Public Relations

Jakarta, 20 Febuari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I



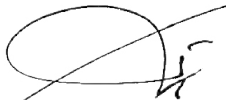
(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dosen Pembimbing II



(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

**Dhany Wijayanto Putra
44216010154**

STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN

Bibliografi : 5 Bab 118 Hal + Lampiran + 25 buku + 4 Artikel Online

ABSTRAK

PT. Indra Karya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang engineering, developer, industri. Salah satu hasil diversifikasi produk Indra Karya adalah air mineral dengan merek dagang INFRESH, yang diproduksi dari sumber mata air pegunungan alami secara higienis, dengan teknologi modern melalui proses ultrafiltrasi, ozonisasi dan ultraviolet.

Tujuan dari pembuatan ini agar dapat membangun identitas serta dapat membangun brand image yang berkonsep dramatik, futuristik, dan bersinergi serta untuk memperlihatkan standar kompetensi sekaligus menjadi bahan promosi.

PT. Indra Karya memiliki cita-cita untuk membantu pembangunan nasional melalui kontribusi penerimaan negara melalui setoran deviden negara, oleh sebab itu PT. Indra Karya membuka bisnis baru pada sektor industri AMDK untuk meningkatkan pertumbuhan nasional.

Sebagai strategi konsep, perancang membuat sebuah konsep berupa rancangan untuk Product Profile audiovisual sebagai identitas perusahaan dan dapat menjadi promosi perusahaan, agar para peminat dan jasa pengelolaan terhadap AMDK memiliki kepercayaan terhadap InFresh bahwa produk yang diberikan oleh PT. Indra Karya terbukti nyata.

Hasil dari rancangan yang perancang buat meliputi proses dan tahapan perencanaan untuk Product Profile audiovisual PT. Indra Karya yaitu perencanaan strategi, analisis produksi dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, dari perencanaan strategi yang telah diterima oleh pihak PT. Indra Karya dapat dikatakan berhasil dalam memperkenalkan identitas perusahaan dan membangun image baru PT. Indra Karya dengan dipublikasinya dan komentar terkait Product Profile tersebut.

Kata Kunci: Strategi Konsep, Ceminan Identitas, Product Profile, Audiovisual



**FACULTY OF COMMUNICATION
MERCU BUANA UNIVERSITY
JAKARTA**

Dhany Wijayanto Putra

44216010154

**PR MEDIA CONCEPT STRATEGY IN PRODUCING AUDIO VISUAL
PROFILE OF PT. INDRA KARYA WITH INFRESH PRODUCTS AS A
MIRROR OF CORPORATE IDENTITY**

Bibliography : 5 Chapter 118 Pages + Attachments + 25 books + 4 Online Articles

ABSTRACT

PT. Indra Karya is a company engaged in engineering, developer, industry. One of the results of Indra Karya's product diversification is mineral water with the trademark INFRESH, which is hygienically produced from natural mountain springs, with modern technology through ultrafiltration, ozonization and ultraviolet processes.

The purpose of this creation is to build identity and to build a brand image with a dramatic, futuristic, and synergistic concept and to show competency standards as well as a promotional material.

PT. Indra Karya aspires to help national development through the contribution of state revenue through the payment of state dividends, therefore PT. Indra Karya opened a new business in the AMDK industry sector to increase national growth. As a concept strategy, the designer creates a concept in the form of an audiovisual Product Profile design as a corporate identity and can be a company promotion, so that enthusiasts and management services for AMDK have confidence in InFresh that the products provided by PT. Indra Karya proved real.

The results of the design that the designer made include the planning process and stages for the Audiovisual PT Product Profile. Indra Karya, namely strategic planning, production analysis and evaluation. Based on the evaluation results, from the strategic planning that has been accepted by PT. Indra Karya can be said to be successful in introducing corporate identity and building a new image of PT. Indra Karya with publications and comments regarding the Product Profile.

Keywords: *Concept Strategy, Identity Reflection, Product Profile, Audiovisual*

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul “STRATEGI KONSEP MEDIA PR PADA PEMBUATAN PRODUCT PROFILE AUDIO VISUAL PT. INDRA KARYA DENGAN PRODUK INFRESH SEBAGAI BENTUK CERMINAN IDENTITAS PERUSAHAAN” Guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana komunikasi.

Perancang menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri banyak pihak yang telah membantu saya, baik dalam bentuk material maupun spiritual: berupa bimbingan, saran, nasihat dan dukungan semangat serta doa. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Elly Yulawati M.Si., selaku Ketua Program Studi Public Relations, sekaligus dosen pembimbing I Tugas Akhir Aplikatif Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Siti Muslichatul, S.Ikom, M.Ikom., selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir Aplikatif Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ponco Budi Sulistyio, M.Comm, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Abdul Rahman HI, MM, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Yulawati, S.Sos., M.Ikom., selaku dosen pembimbing akademik yang tidak bosan memberi segala masukan kepada saya.

6. (Alm) Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si yang memberikan arahan dan berbagai masukan di awal perancangan Tugas Akhir ini sehingga dapat saya selesaikan dan tidak saya lupakan ilmu dan jasa beliau yang telah beliau sampaikan.
7. Papa Mama tercinta, Ibu Kamini dan Bapak Usman Suryanto ST., yang selalu memberikan dukungan moril dan motivasi serta doa kepada saya.
8. Kakak saya Adjie Pranata Putra, ST., dan Tomy Suryanto Putra ST., yang selalu memberikan doa serta dorongan untuk saya menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. PT. Indra Karya yang telah memberikan Data dan sekaligus memperbolehkan perusahaannya dijadikan untuk keperluan data penelitian dan pelaksanaan Tugas Akhir Aplikatif.
10. Direktur Utama PT. Indra Karya Bapak Ir. Milfan Rantawi, MM yang telah mengizinkan untuk melaksanakan rangkaian kegiatan Tugas Akhir ini.
11. Bapak Legowo Santoso selaku General Manager (GM) dari Divisi khusus dan investasi dari Infresh yang telah memberikan izin untuk melakukan kegiatan Tugas Akhir ini.
12. Bapak Sentot Mulyono selaku Marketing Infresh yang memberikan data terkait riset dan pengumpulan data.
13. Bapak Bobby Baskoro selaku Marketing yang selalu memberikan saran dan masukan pada saat proses pengambilan gambar.
14. Galih Perkasa dan Salsabila Dayana yang sudah menjadi partner terbaik dalam Tugas Akhir ini.

15. Teman-teman tercinta dan juga teman-teman Public Relations angkatan 2016 Cindy Pracelia, Annisatul Karimah, Shabrina Amalia, Atnie Madini Putri yang telah menemani dan memberikan support.

Dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini saya menyadari bahwa saya telah mencurahkan segala daya dan upaya demi tercapainya hasil yang optimal. Namun, saya menyadari bahwa tugas akhir ini banyak memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya menerima semua kritik dan saran yang membangun. Semoga Tugas Akhir Aplikatif ini dapat memberikan banyak manfaat kita semua, Aamiin.



Jakarta, 20 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be the initials 'R. A.' followed by a flourish.

Perancang

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR HALAMAN COVER | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Permasalahan | 10 |
| 1.3 Tujuan Perancangan | 10 |
| 1.4 Alasan Pemilihan Judul | 11 |
| 1.5 Manfaat Perancangan | 13 |
| 1.5.1 Manfaat Akademis..... | 13 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis..... | 13 |
| BAB II | 15 |
| KERANGKADASAR PEMIKIRAN | 15 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 15 |
| 2.1.1 Komunikasi | 15 |
| 2.1.2 Komunikasi Massa | 16 |
| 2.1.3 Public Relations | 18 |
| 2.1.4 Proses Perencanaan Manajemen Public Relations | 19 |
| 2.1.5 Strategi | 21 |
| 2.1.6 Konsep | 24 |
| 2.1.7 Strategi Public Relations | 26 |
| 2.1.8 Produk Profile..... | 27 |

| | | |
|---------------------------|---|-----------|
| 2.1.9 | Audio Visual | 28 |
| 2.1.10 | Jenis-Jenis Media..... | 30 |
| 2.1.11 | Proses Pembuatan Konsep | 31 |
| 2.2 | Referensi Karya..... | 33 |
| 2.2.1 | PT. Tirta Investama Klaten (Aqua) | 33 |
| 2.2.2 | PT. Sariguna Primatirta..... | 34 |
| 2.2.3 | PT. Amerta Indah Otsuka..... | 35 |
| BAB III | | 37 |
| KONSEP PERANCANGAN | | 37 |
| 3.1 | Tujuan Komunikasi | 37 |
| 3.2 | Strategi Komunikasi | 39 |
| 3.2.1 | Job Description | 41 |
| 3.3 | Analisa Spesifikasi Program..... | 42 |
| A. | Target Konsumen | 42 |
| B. | Deskripsi Program | 43 |
| C. | Konsep Yang Digunakan Dalam Mengeksekusi Karya..... | 44 |
| D. | Alasan Pilihan Karya | 46 |
| E. | Gambaran Isi Pesan dan Media Promosi | 47 |
| 3.4 | Profile PT. Indra Karya | 47 |
| 3.4.1 | Visi dan Misi | 47 |
| 3.4.2 | Positioning Produk | 48 |
| 3.5 | Konsep Perancangan | 51 |
| 3.5.1 | Rencana Pra Produksi | 51 |
| 3.5.2 | Rencana Produksi | 61 |
| 3.5.3 | Rencana Pasca Produksi | 62 |
| BAB IV | | 66 |
| ANALISIS PROSES | | 66 |
| 4.1 | Profil Tayangan..... | 66 |
| 4.1.1 | Sinopsis | 67 |
| 4.2 | Analisis Proses Produksi | 68 |
| 4.2.1 | Analisis Situasi | 68 |

| | | |
|-----------------------------|--|------------|
| 4.2.2 | Uraian Tahap Pra Produksi Strategi Konsep..... | 69 |
| 4.2.3 | Uraian Tahap Produksi Strategi Konsep..... | 75 |
| 4.2.4 | Uraian Tahap Pasca Produksi Strategi Konsep | 77 |
| 4.3 | Analisis Hasil Produksi | 81 |
| 4.3.1 | Hasil Tampilan Product Profile Audiovisual | 81 |
| 4.3.2 | Hasil Tampilan Image Video | 89 |
| 4.3.3 | Hasil Tujuan Perancangan Product Profile Audiovisual | 92 |
| 4.3.4 | Hasil Rancangan Judul Video di Youtube | 93 |
| 4.3.5 | Hasil Rancangan Deskripsi Video di Youtube..... | 94 |
| 4.3.6 | Hasil Kuisisioner Mitra | 94 |
| BAB V | | 111 |
| PENUTUP | | 111 |
| 5.1 | Kesimpulan | 111 |
| 5.2 | Saran..... | 113 |
| 5.2.1 | Saran Akademis..... | 113 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 116 |
| LAMPIRAN | | 119 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | 122 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| 3.1 Alur Kerja | 54 |
| 3.2 Shotlist | 56 |
| 3.3 Jadwal Periode Riset | 57 |
| 3.4 Rencana Anggaran Biaya Pra Produksi | 58 |
| 3.5 Rencana Anggaran Biaya Produksi | 58 |
| 3.6 Rencana Anggaran Biaya Pasca Produksi | 59 |
| 3.7 Storyline | 60 |
| 3.8 Jobdesc | 63 |
| 4.1 Perencanaan PR PT. Indra Karya | 76 |
| 4.2 Alur Pertemuan Dan Revisi Mitra | 86 |
| 4.3 Hasil Rata-rata Kuesioner Mitra | 106 |
| 4.4 Hasil Rata-rata Kuesioner Khalayak | 117 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 2.1PT Tirta Investama..... | 35 |
| 2.2PT Sriguna Primatirta..... | 36 |
| 2.3PT Ameta Indah Otsuka | 37 |
| 4.1Diskusi Mitra | 75 |
| 4.2Referensi Karya Cleo Pure Water..... | 78 |
| 4.3Referensi Karya Cleo Pure Water..... | 79 |
| 4.4Referensi Karya Amerta Indah Otsuka | 79 |
| 4.5Proses Pengambilan Gambar | 82 |
| 4.6Footage Pembuka Product Profile In Fresh..... | 87 |
| 4.7Footage Luas Are Pabrik In Fresh | 88 |
| 4.8Footage Bagian Dalam Pabrik In Fresh | 88 |
| 4.9Footage Uji Kimia Dan Fisika..... | 89 |
| 4.10Footage Gudang Penyimpanan Luas..... | 89 |
| 4.11Footage Produksi AMDK PT. Indra Karya..... | 90 |
| 4.12Footage Kekompakan Pegawai PT. Indra Karya..... | 90 |
| 4.13Footage Infografis (Animasi) PT. Indra Karya..... | 91 |
| 4.14Footage Logo Dan Tagline | 92 |
| 4.15Footage Dramatik..... | 94 |
| 4.16Footage Futuristik | 95 |
| 4.17Footage Bersinergi..... | 96 |
| 4.18Judul Video Youtube..... | 97 |
| 4.19Deskripsi Video Youtube | 98 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Client Brief | 130 |
| Lampiran 2. Surat Perjanjian Kerjasama | 131 |
| Lampiran 3. Surat Mitra | 133 |
| Lampiran 4. CV | 134 |

