

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI APOTEK JAYA FARMA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN ATENSI MASYARAKAT KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Jurusan Pendidikan Multimedia
Universitas Pendidikan Indonesia



oleh :

Claudio Christopher August
NIM 1907851

FAKULTAS KAMPUS UPI CIBIRU PENDIDIKAN MULTIMEDIA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA BANDUNG
2024

LEMBAR HAK CIPTA

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI APOTEK JAYA FARMA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN ATENSI MASYARAKAT KOTA BANDUNG**

oleh :

Claudio Christopher August

NIM. 1907851

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia

© Claudio Christopher August

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru

Januari 2024

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian.

Dengan di cetak ulang, di fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin

Claudio Christopher August, 2024

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI APOTEK JAYA FARMA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN ATENSI
MASYARAKAT KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

HALAMAN PENGESAHAN

Claudio Christopher August

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI APOTEK JAYA FARMA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN ATENSI MASYARAKAT KOTA BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh Pembimbing,
Pembimbing I,

Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219860906201

Pembimbing II,

Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T.

NIP. 920230219890404101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia,

Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Claudio Christopher August

NIM : 1907851

Kampus : Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru

Program Studi : Pendidikan Multimedia

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Perancangan Video Promosi Apotek Jaya Farma Sebagai Upaya Meningkatkan Atensi Masyarakat Kota Bandung” ini dan seluruh isinya merupakan hasil karya penulis yang sebenarnya. Saya tidak melakukan plagiat atau pengutipan yang tidak etis sesuai dengan norma-norma ilmiah yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko atau sanksi jika nantinya ditemukan pelanggaran etika ilmiah atau jika ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, 4 Januari 2024

Claudio Christopher August

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini.

Dengan penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Perancangan Video Promosi Apotek Jaya Farma Sebagai Upaya Meningkatkan Atensi Masyarakat Kota Bandung" sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Pada saat penyusunan skripsi ini tentunya tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan, penulis menyadari secara penuh bahwa terdapat orang-orang yang berjasa dibalik selesainya skripsi ini. Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada :

1. Keluarga tercinta, orang tua, dan saudara-saudara, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
2. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds., selaku pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapa Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T., selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Intan Permata Sari, S.St., M.Ds, selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada saya dari semester 1 hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Pendidikan Indonesia UPI Kampus Daerah Cibiru yang telah membantu dan memfasilitasi saya baik dalam proses belajar maupun administrasi.
7. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Pendidikan Multimedia Khususnya kelas A 2019 yang telah kebersamai selama kurang lebih 4 tahun lama studi di Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru
8. Ibu Christophilla Paula selaku pemilik Apotek Jaya Farma sekaligus saudara saya yang telah mengizinkan dan meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dan penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Para responden yang telah bersedia mengisi angket dan memberikan dukungan dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Kota Bandung terlebih kepada Apotek Jaya Farma. Akhir kata, penulis berharap agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI APOTEK JAYA FARMA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN ATENSI MASYARAKAT KOTA BANDUNG

Claudio Christopher August

NIM. 1907851

ABSTRAK

Apotek Jaya Farma adalah sebuah unit usaha kesehatan yang berada di Bandung, tepatnya di Jalan Malabar nomor 50, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. Dalam perjalanannya hingga saat Apotek Jaya Farma belum memiliki promosi yang optimal melalui media digital seperti youtube guna melakukan promosinya, sehingga kelebihan dan fasilitas yang disediakan Apotek Jaya Farma kurang diketahui oleh masyarakat luas khususnya Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini terdapat 2 tahap yang diawali dengan tahap perencanaan menganalisis strategi pemasaran dan mendapatkan konsep utama dari analisis SWOT terhadap Apotek Jaya Farma lalu dilakukan metode practice-led research sebagai tahap perancangan. Dalam tahap perencanaan strategi untuk merancang media peneliti menganalisis terlebih dahulu menggunakan metode analisis SWOT dan Hasil dari analisis SWOT yaitu merancang konsep sebuah promosi yang berbentuk media video dengan memanfaatkan media sosial yang sedang trend diberbagai kalangan dan strata sosial untuk meningkatkan atensi di masyarakat khususnya di Kota Bandung. Oleh karna itu dengan tujuan meningkatkan atensi dan eksistensi masyarakat dengan mengenalkan keunggulan yang dimiliki Apotek Jaya Farma saat ini, maka solusi yang ditawarkan peneliti adalah merancang sebuah video promosi guna meningkatkan atensi masyarakat Kota Bandung. Hasil dari perancangan media ini berupa karya yang didistribusikan melalui platform YouTube dan mendapatkan apresiasi berupa like dan komentar. Tanggapan yang didapatkan mengarah kepada arah positif, mengenai pengemasan video, ketertarikan akan produk yang ditawarkan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan *awareness* masyarakat luas khususnya Kota Bandung terhadap Apotek Jaya Farma.

Kata kunci : Video Promosi, Apotek, Atensi Masyarakat

DESIGN OF PROMOTION VIDEO FOR APOTEK JAYA FARMA IN AN EFFORT TO RAISE THE ATTENTION OF PEOPLE AT KOTA BANDUNG

Claudio Christopher August

NIM. 1907851

ABSTRACT

Apotek Jaya Farma is a health business unit located in Bandung, precisely on Jalan Malabar number 50, Lengkong District, Bandung City, West Java. In its journey until now, Apotek Jaya Farma has not had optimal promotion through digital media such as YouTube to carry out its promotion, so that the advantages and facilities provided by Apotek Jaya Farma are less known by the wider community, especially in Bandung. The method used in this research is a qualitative descriptive method. This research has 2 stages, starting with the planning stage of analyzing marketing strategies and getting the main concept from the SWOT analysis of Apotek Jaya Farma, then the practice-led research method is carried out as the design stage. In the strategy planning stage for designing media, researchers first analyze using the SWOT analysis method and the results of the SWOT analysis, namely designing the concept of a promotion in the form of video media by utilizing social media which is trending in various circles and social strata to increase attention in society, especially in the city of Bandung. Therefore, with the aim of increasing public attention and existence by introducing the advantages that Apotek Jaya Farma currently has, the solution offered by researchers is to design a promotional video to increase the attention of the people of Bandung. The results of this media design are in the form of works distributed through the YouTube platform and get appreciation in the form of likes and comments. The responses obtained lead to a positive direction, regarding video packaging, interest in the products offered. Through this research, it is hoped that it can raise awareness of the wider community, especially the city of Bandung towards Jaya Farma Pharmacy.

Keyword : Promotion video, Pharmacies, Community attention

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| LEMBAR HAK CIPTA..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iv |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 3 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 4 |
| 2.1 Apotek Jaya Farma..... | 4 |
| 2.2 Multimedia..... | 5 |
| 2.2.1 Teks..... | 5 |
| 2.2.2 Grafik..... | 5 |
| 2.2.3 Audio..... | 5 |
| 2.2.4 Video..... | 6 |
| 2.2.5 Animasi..... | 6 |
| 2.3 Media Digital..... | 6 |

| | | |
|---------------------------------------|---|-----------|
| 2.3.1 | Pengertian Media Digital | 6 |
| 2.3.2 | Contoh Media Digital | 7 |
| 2.4 | Media Informasi..... | 7 |
| 2.4.1 | Pengertian Media Informasi..... | 7 |
| 2.4.2 | Contoh Media Informasi | 8 |
| 2.5 | Promosi..... | 10 |
| 2.5.1 | Pengertian Promosi | 10 |
| 2.5.2 | Bauran Promosi | 10 |
| 2.5.3 | Contoh Media Promosi | 11 |
| 2.5.4 | Tujuan Promosi..... | 14 |
| 2.6 | Editing Video..... | 15 |
| 2.6.1 | Pengertian Editing Video | 15 |
| 2.7 | Sinematografi..... | 15 |
| 2.7.1 | Pengertian Sinematografi..... | 15 |
| 2.8 | Sudut Pengambilan Gambar | 16 |
| 2.8.1 | Pengertian Sudut Pengambilan Gambar | 16 |
| 2.8.2 | Jenis Pengambilan Gambar..... | 16 |
| 2.9 | Komposisi Ukuran Gambar | 17 |
| 2.9.1 | Teori Komposisi Ukuran Gambar..... | 17 |
| 2.9.2 | Jenis Komposisi Ukuran Gambar | 17 |
| 2.10 | SWOT..... | 18 |
| 2.10.1 | Pengertian analisis SWOT | 18 |
| 2.10.2 | Faktor-faktor dalam analisis SWOT..... | 18 |
| 2.10.3 | Matriks SWOT | 20 |
| 2.11 | STP (Segmentasi,Targeting,Positioning)..... | 22 |
| 2.11.1 | Pengertian STP | 22 |
| 2.12 | Penelitian Terdahulu | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 25 |
| 3.1 | Desain Penelitian | 25 |
| 3.1.1 | Objek Penelitian | 26 |
| 3.1.2 | Subjek Penelitian | 26 |

| | | |
|--|------------------------------------|-----------|
| 3.1.3 | Lokasi dan Waktu Penelitian | 26 |
| 3.2 | Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| 3.2.1 | Observasi..... | 26 |
| 3.2.2 | Wawancara..... | 27 |
| 3.2.3 | Angket..... | 27 |
| 3.2.4 | Dokumentasi | 27 |
| 3.2.5 | Studi Literatur | 27 |
| 3.2.6 | Studi Kompetitor..... | 27 |
| 3.2.7 | Reduksi | 28 |
| 3.2.8 | Penyajian..... | 28 |
| 3.2.9 | Penarikan Kesimpulan | 28 |
| 3.3 | Instrumen Pengumpulan Data | 28 |
| 3.3.1 | Pedoman Observasi | 28 |
| 3.3.2 | Pedoman Wawancara..... | 29 |
| 3.4 | Konsep Analisis SWOT..... | 29 |
| 3.5 | Metode Penciptaan..... | 31 |
| 3.5.1 | Tahap Persiapan | 33 |
| 3.5.2 | Tahap Mengimajinasi | 33 |
| 3.5.3 | Tahap Pengembangan Imajinasi | 36 |
| 3.5.4 | Tahap Perancangan..... | 36 |
| 3.5.5 | Hasil Karya | 36 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 38 |
| 4.1 | Hasil Temuan Data..... | 38 |
| 4.1.1 | Hasil Observasi..... | 38 |
| 4.1.2 | Hasil Wawancara | 38 |
| 4.1.3 | Hasil Dokumentasi..... | 39 |
| 4.1.4 | Hasil Studi Literatur | 43 |
| 4.1.5 | Hasil Studi Kompetitor | 44 |
| 4.2 | Hasil Analisis Data | 45 |
| 4.2.1 | Reduksi | 45 |
| 4.2.2 | Penyajian Data | 46 |

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| 4.2.3 Kesimpulan Reduksi Data | 47 |
| 4.3 Hasil Analisis Data SWOT | 48 |
| 4.4 Perancangan Karya | 50 |
| 4.4.1 Tujuan kreatif..... | 50 |
| 4.4.2 Strategi Kreatif | 50 |
| 4.5 Implementasi Karya..... | 72 |
| 4.6 Distribusi | 77 |
| 4.7 Apresiasi Karya | 78 |
| BAB V PENUTUP | 80 |
| 5.1 Kesimpulan | 80 |
| 5.2 Rekomendasi..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| Tabel 3.1 Butir-butir Pertanyaan Wawancara..... | 29 |
| Tabel 3.2 Matriks Faktor Internal dan Eksternal..... | 30 |
| Tabel 3.3 Alur Proses Penciptaan..... | 32 |
| Tabel 4.1 Hasil Dokumentasi..... | 40 |
| Tabel 4.2 Analisa SWOT..... | 49 |
| Tabel 4.3 <i>Storyboard</i> | 51 |
| Tabel 4.4 <i>Storyline</i> | 56 |
| Tabel 4.5 Proses <i>Colour Correction</i> dan <i>Colour Grading</i> | 60 |
| Tabel 4.6 Implementasi Video Utama Clairine..... | 72 |
| Tabel 4.7 Implementasi Video Utama Fasilitas di Apotek Jaya Farma..... | 73 |
| Tabel 3.5 <i>Mouse</i> | 37 |
| Tabel 3.6 Adobe Premiere Pro..... | 38 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Alur Metode Penelitian..... | 25 |
| Gambar 3.2 Komputer/PC..... | 34 |
| Gambar 3.3 Kamera..... | 34 |
| Gambar 3.4 Smartphone..... | 35 |
| Gambar 3.5 <i>Mouse</i> | 35 |
| Gambar 3.6 Adobe Premiere Pro..... | 36 |
| Gambar 4.1 Wawancara dengan Ibu Paula selaku pemilik Apotek Jaya Farma.... | 39 |
| Gambar 4.2 Cuplikan Video Profil dan Layanan di Apotek Patikraja..... | 44 |
| Gambar 4.3 Setting awal untuk pembuatan projek..... | 57 |
| Gambar 4.4 Meletakkan video kedalam projek..... | 57 |
| Gambar 4.5 Menyeleksi video untuk disesuaikan dengan storyboard..... | 57 |
| Gambar 4.6 Menambahkan <i>colour grading</i> | 58 |
| Gambar 4.7 Menambahkan teks informasi seputar apotek..... | 58 |
| Gambar 4.8 Menambahkan <i>dubbing</i> dan <i>backsound</i> | 58 |
| Gambar 4.9 Memasukan animasi <i>pop up</i> chat <i>whatsapp</i> | 59 |
| Gambar 4.10 Mengexport media menjadi <i>file</i> Mp4..... | 59 |
| Gambar 4.11 Publikasi hasil karya..... | 77 |
| Gambar 4.12 Distribusi melalui <i>whatsapp</i> | 78 |
| Gambar 4.13 Apresiasi hasil karya..... | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 SK Pembimbing..... | 84 |
| Lampiran 2 Wawancara..... | 87 |
| Lampiran 3 Apresiasi Hasil Karya..... | 87 |
| Lampiran 4 Berita Acara Tindak Lanjut Perbaikan Skripsi..... | 89 |