



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



VIDEOGRAFIS SEBAGAI SARANA PEMASARAN *MERCHANDISE* KAOS HUT RI KE-78

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:
RAZA WIDIYANTO
2008311021

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS 2023



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Raza Widiyanto

NIM : 2008311021



Tanda tangan :

Tanggal : 9 Agustus 2023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LEMBAR PERSETUJUAN

Nama Penyusun : Raza Widiyanto
NIM : 2008311021
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/D3 Manajemen Pemasaran untuk
Warga Negara Berkebutuhan Khusus
Judul Laporan TA : Videografis Sebagai Sarana Pemasaran
Merchandise Kaos HUT RI ke-78

Disetujui oleh:

Pembimbing 1

Rahma Nur Praptiwi, S.Si, M.M.
NIP.198801132018032001

Pembimbing 2

Wanda Kusuma Putri, S.Sn.
NIP.520000000000000324

Ketua Program Studi

Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M.
NIP.198811142019121001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Raza Widiyanto
NIM : 2008311021
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus
Judul Laporan TA : Videografis Sebagai Sarana Pemasaran *Merchandise* Kaos HUT RI ke-78

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran untuk WNBK, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Fachrizal Mochsen, M.Sn. (.....)

Anggota Penguji : Nurul Hasanah, S.St., M.Si. (.....)

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 9 Agustus 2023


Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP.196404151990032002



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT karena atas izin-Nya lah laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan juga tepat waktu. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik menempuh Program Studi Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus Jurusan Akuntansi. Laporan ini disusun berdasarkan data sesungguhnya yang penulis dapatkan. Saya menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, serta tidak luput dari berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada orang tua dan adik-adik yang selalu memberikan semangat, perhatian serta dukungannya kepada saya.

Pada kesempatan ini ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta,
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta,
3. Bapak Innas Rovino Katuruni selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus (WNBK),
4. Ibu Rahma Nur Praptiwi, S.Si., M.M. selaku dosen pembimbing I dalam pembuatan laporan ini,
5. Ibu Wanda Kusuma Putri, S.Sn. selaku dosen pembimbing II dalam pembuatan laporan ini,
6. Para Dosen Tim Penguji Tugas Akhir,
7. Para dosen pengajar dan tenaga kependidikan Prodi DIII MP-WNBK PNJ atas ilmu, pengetahuan, bimbingan, dan segala inspirasi yang telah diperoleh selama berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta,
8. Kedua Orang Tua beserta seluruh keluarga besar dan kerabat yang telah memotivasi selama proses pembelajaran dan pembuatan laporan Tugas Akhir ini,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Teman-teman di 6C yang bersama-sama telah menimba ilmu dalam proses perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta,
10. Rekan-rekan tim Raza Digital Art atas kerjasamanya dalam menyelesaikan skripsi ini,
11. Serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu disini.

Saya berharap Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang tengah merintis usaha penjualan produk. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan penulisan yang akan datang. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan dan penyelesaian Laporan Tugas Akhir.

Depok, 9 Agustus 2023

Raza Widiyanto

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raza Widiyanto
NIM : 2008311021
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus
Jurusan : Akutansi
Jenis Karya : Tugas Akhir Proyek

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Videografis Sebagai Sarana Pemasaran *Merchandise* Kaos HUT RI Ke-78

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformat, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 9 Agustus 2023

Yang menyatakan :

Raza Widiyanto



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Penggunaan videografi sebagai media promosi telah terjadi sejak dulu melalui siaran televisi. Namun, sejalan dengan kemajuan teknologi kamera di telepon genggam dan harga telepon genggam yang semakin terjangkau, teknik videografi pun dengan mudah dapat didapatkan sehingga berkembang pesat. Ditunjang dengan perkembangan teknologi informasi yang menciptakan komunitas pergaulan maya yang biasa disebut sebagai media sosial, penggunaan videografi di media sosial menjadi sarana promosi yang efektif dan efisien. Hanya saja penguasaan videografi dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi tidak akan banyak berguna apabila sebuah produk tidak melalui sebuah proses produksi yang baik. Oleh karena itu penerapan bauran pemasaran yang dimulai dari perencanaan produk, rencana biaya produksi barang termasuk perencanaan media sosial sebagai tempat melakukan promosi serta rencana promosi merupakan bagian-bagian yang tidak terpisahkan. Tugas Akhir ini akan menggambarkan bagaimana prinsip bauran pemasaran digunakan untuk menjual sebuah produk yang akan dipromosikan di media sosial dengan videografi. Produk yang akan diproduksi adalah kaos untuk memperingati HUT RI ke-78.

Kata Kunci: videografi, media sosial, bauran pemasaran

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The use of videography as a promotional medium has occurred since the invention of television broadcasts. However, in line with the advancement of camera technology in mobile phones and their increasingly affordable price, videography techniques can now easily be obtained, and they are rapidly developed. Supported by the development of information technology that creates virtual social communities commonly referred to as social media, the use of videography on social media has become an effective and efficient means of product promotion. However, mastering videography and utilizing social media as a means of promotion will not be of much use if a product does not go through a proper production process. Therefore, the application of marketing mix principle starting from product planning, the plan for the production cost of goods including social media planning as a place to do promotion and promotion plans are inseparable parts. This Final Project will illustrate how the marketing mix principles are used to market a product on social media with videography. The product is a t-shirt to commemorate the 78th Indonesian Independence Day.

Keyword: videography, social media, marketing mix



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	4
1.3 Manfaat.....	4
1.4 Metode Penulisan.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Videografi	6
2.2 Pemasaran Media Sosial.....	7
2.3 Penyablonan	9
2.4 Bauran Pemasaran	11
BAB III PROSES PEMBUATAN PROYEK	14
3.1 Tahap Perencanaan Pembuatan Videografi.....	14
3.2 Tahap Pembuatan Videografi.....	19
3.3 Tahap Pendistribusian Videografi.....	21



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV PEMBAHASAN.....	25
4.1 Bauran Pemasaran pada Produk <i>Merchandise</i> Kaos HUT RI ke-78.....	25
4.2 Videografi sebagai Sarana Pemasaran <i>Merchandise</i> Kaos HUT RI ke-78.....	32
4.3 Laporan Hasil Pemasaran <i>Merchandise</i> Kaos HUT RI ke-78.....	39
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rencana naskah videografi.....	16
Tabel 2	Harga pokok, harga jual dan laba pemasaran Kaos.....	27
Tabel 3	Rincian perkiraan biaya perencanaan produksi.....	28
Tabel 4	Rincian Promosi Penjualan Produk.....	29
Tabel 5	Rekap Daftar Pemesanan Produk.....	40
Tabel 6	Rekap hasil penjualan produk.....	42
Tabel 7	Laporan Hasil Pemasaran.....	43





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Tampilan kaos merah dan putih.....	3
Gambar 2	Tahap perencanaan pembuatan videografi.....	14
Gambar 3	Faktor pendukung pembuatan konsep videografi.....	15
Gambar 4	<i>Storyboard</i> bagian pembukaan.....	17
Gambar 5	<i>Storyboard</i> bagian <i>Content part 1</i>	18
Gambar 6	<i>Storyboard</i> bagian <i>Content part 2</i>	18
Gambar 7	<i>Storyboard</i> Bagian Penutup.....	19
Gambar 8	<i>Setting</i> kamera HP (videos & pictures)	20
Gambar 9	Tampilan penulis sedang merekam adegan lomba.....	20
Gambar 10	Tampilan penulis sedang rekam <i>voice over</i>	20
Gambar 11	Tampilan penulis sedang <i>setting</i> video.....	21
Gambar 12	Tampilan penulis sedang <i>editing</i> video.....	21
Gambar 13	Tampilan penulis sedang <i>sound mixing</i> video.....	21
Gambar 14	Tampilan penulis sedang proses distribusi video ke media sosial.....	22
Gambar 15	Tampilan video versi singkat di Instagram.....	23
Gambar 16	Tampilan video versi singkat di Whatsapp.....	23
Gambar 17	Tampilan <i>Google Form</i> https://forms.gle/DxAxpPJFF5ERRArb8	24
Gambar 18	Tampilan 7 macam koleksi <i>design</i> sablon.....	26
Gambar 19	Poster 7 pilihan <i>design</i> sablon.....	30
Gambar 20	Poster Tampil Trendy di HUT RI	30
Gambar 21	<i>Screenshot</i> Tampilan adegan video.....	31
Gambar 22	<i>Screenshot</i> proses <i>cut</i> klip yang terlalu panjang.....	33
Gambar 23	<i>Screenshot</i> klip yang telah diproses <i>cut</i>	33
Gambar 24	<i>Screenshot</i> proses <i>join</i>	34
Gambar 25	<i>Screenshot</i> proses <i>trimming</i>	34
Gambar 26	Konsep <i>Caption</i> Video.....	35



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 27	<i>Screenshot</i> hasil <i>editing</i> video pemasaran.....	36
Gambar 28	<i>Screenshot</i> tampilan di IG.....	37
Gambar 29	<i>Screenshot</i> tampilan di FB.....	37
Gambar 30	<i>Screenshot</i> tampilan di WA.....	38
Gambar 31	<i>Screenshot</i> tampilan di Tik Tok.....	38
Gambar 32	Alur proses pemasaran produk.....	39
Gambar 33	Tampilan proses sablon menggunakan Teknik DTF.....	40
Gambar 34	Rekap hasil <i>survey</i> Google Form.....	42
Gambar 35	Logo Raza Digital Art.....	43
Gambar 36	Tampilan Contoh resit pemesanan produk.....	44
Gambar 37	Pembagian kaos sesuai dengan alamat pelanggan.....	44
Gambar 38	Memastikan jumlah kaos sesuai dengan jumlah pesanan.....	45
Gambar 39	Proses pengepakan sebelum diserahkan ke Jasa Pengirim Cepat.....	45
Gambar 40	Pengemasan oleh jasa pengiriman cepat.....	46
Gambar 41	Proses pengiriman di kantor Jasa Pengirim Cepat.....	46
Gambar 42	Paket diambil sendiri oleh pelanggan.....	46
Gambar 43	Paket diterima oleh pelanggan, serah terima dari petugas Jasa Pengirim Cepat.....	47
Gambar 44	Beberapa foto sukarelawan mengenakan kaos.....	48



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Videografi sebagai sebuah proses pengambilan gambar baik visual ataupun audio-visual, belakangan ini semakin marak digunakan di Indonesia. Munculnya aplikasi TikTok, Instagram dan Facebook Reel menyebabkan teknik videografi berkembang pesat. Selain itu berbeda dalam 10 tahun terakhir, teknik dan peralatan videografi relatif mudah diperoleh dengan harga yang terjangkau.

Sebuah survey di awal 2023 oleh Wyzowl, sebuah perusahaan video marketing yang melibatkan 528 responden dibidang pemasaran dan konsumen, menunjukkan bahwa 91 % menggunakan video sebagai sarana marketing. 71 % dari persentase diatas menggunakan video dalam media sosial mereka. (Wyzowl, 2023). Dari data ini terlihat bahwa kemampuan Videografi merupakan modal utama bagi mereka yang ingin memasarkan produknya melalui internet dan media sosial.

Menurut laporan *We are Social* pada bulan Januari 2023 pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah sekitar 167 juta orang atau sekitar 60,4% populasi di Indonesia. (Shilvina Widi, 2023). Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tanggal 10 Januari s/d 27 Januari 2023 mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. Tingkat penetrasi internet di kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada 2021-2022. Posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64%. (Bisnis.com, 2023).

Berdasarkan keterangan diatas maka pengguna internet atau media sosial adalah target market potensial untuk memasarkan atau menjual sebuah produk. Videografi dalam promosi produk melalui internet dan media sosial merupakan cara yang tepat untuk membuat promosi produk menjadi lebih efektif. Apalagi jika produk yang dipasarkan adalah juga produk yang diminati oleh semua kalangan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sejak diproduksi pertama kali pada tahun 1898, kaos atau *t-shirt* telah menjadi sebuah fashion yang berkembang cepat dan diminati semua kalangan dan usia. Seperti kita ketahui, kaos sebenarnya dikenal sebagai pakaian dalam, namun pengaruh tren kaos lebih sering dipakai sebagai luaran. Pada tahun 1920, kata *t-shirt* berhasil masuk ke dalam kamus Bahasa Inggris Merriam-Webster. Dengan makin populernya, maka mulai banyak perusahaan konveksi yang memproduksi kaos secara massal. Bahkan, organisasi masyarakat yang bernama *Underwear Institute* menuntut agar status kaos oblong diakui sebagai pakaian sopan. Kaos, dari yang semula dikenakan untuk bekerja di luar ruangan dengan cepat berevolusi menjadi pakaian modis di akhir tahun 1950an. (Fitrah Ardiansyah, 2022)

Desain kaos menarik banyak perhatian semua kalangan karena *simple*, nyaman, *trendy* dan santai. Namun jika dipadu padankan dengan kemeja, jaket, celana pendek, celana panjang, celana jeans dan sebagainya, kaos dapat digunakan untuk acara resmi, pesta dan acara formal lainnya. Selain mudah membuatnya, bahan baku kaos mudah diperoleh dan modifikasi pada jenis pakaian ini jauh lebih mudah dilakukan. Produsen dapat berkreasi dari motif, model dan warnanya. Dipadukan dengan teknik penyablonan, kreatifitas untuk motif kaos menjadi tanpa batas.

Setiap tahunnya Peringatan Kemerdekaan RI selalu dirayakan oleh semua kalangan di Indonesia. Berbagai kegiatan peringatan dilaksanakan mulai dari lomba, pertandingan olahraga dan kesenian. Biasanya para peserta kegiatan-kegiatan tersebut menggunakan berbagai kaos yang telah disablon dengan gambar-gambar terkait HUT RI. Hal ini menyebabkan kebutuhan akan kaos pada peringatan HUT RI cenderung meningkat.

Berangkat dari faktor-faktor tersebut penulis menyimpulkan bahwa videografi sangat berpengaruh dalam promosi sebuah produk di internet dan media sosial. Sementara kaos dengan tema Peringatan HUT RI memiliki celah pasar yang potensial. Itulah sebabnya penulis akan menggunakan videografi sebagai media iklan di internet dan media sosial untuk mempromosikan kaos bertemakan Peringatan HUT RI.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Rangkaian kegiatan menyambut dan memeriahkan perayaan HUT RI Ke-78 tahun 2023, menjadi latar belakang alasan pemilihan tema produk Tugas Akhir ini. Penulis ingin memanfaatkan kesempatan tersebut dengan menawarkan *merchandise* atau barang dagang berupa *T-shirt* bertema HUT RI ke-78 yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Produk kaos peringatan HUT RI ini hanya bisa dijual dalam tenggat waktu terbatas, yaitu sebelum tanggal 17 Agustus 2023. Setelah tanggal tersebut, desain yang ada pada kaos menjadi *out of date*. Sehubungan dengan hal itu, penulis perlu melakukan persiapan yang sangat matang. Terutama mengingat proses pemasaran produk dimaksud harus dilakukan jauh-jauh hari. Hal ini menjadi bahan pertimbangan utama penulis, karena kegiatan menyambut HUT RI ke-78 selalu dimulai sejak 1-2 bulan sebelumnya. Sehingga *demand* kaos berwarna merah dan putih juga sangat tinggi di bulan-bulan tersebut. Dengan demikian rentang waktu pemasaran *merchandise* harus memperhitungkan tenggat waktu perayaan, karena tema *merchandise* tidak memungkinkan barang dagangan dipasarkan sepanjang tahun. Oleh karena itu penyusunan *timeline* proses pemasaran pada proyek tersebut sangatlah penting agar proyek dapat berjalan lancar.

Guna membangun semangat memperingati HUT RI, maka “*Raza Digital Art*” akan menghadirkan dua buah warna dasar kaos yaitu : Merah dan Putih.



Gambar 1. Tampilan kaos merah dan putih

Dengan 7 (tujuh) buah koleksi design sablon yang bertemakan perayaan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia ke-78 tahun 2023, para kustomer akan diberikan keleluasaan memilih dari 7 gambar design sablon yang ada.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Tujuan

Tujuan penulisan tugas akhir adalah:

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran produk *merchandise* kaos HUT RI ke-78.
2. Untuk menerapkan videografis sebagai sarana memasarkan *merchandise* kaos HUT RI ke-78.

1.3 Manfaat

1. Manfaat bagi penulis adalah dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti kegiatan belajar mengajar di Politeknik Negeri Jakarta, yaitu mengenai teknik penyablonan digital, videografis dan ilmu pemasaran.
2. Manfaat penulisan tugas akhir ini adalah :
 - a. Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu, pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh saat belajar pada Program Studi Manajemen Pemasaran.
 - b. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pengalaman melakukan pemasaran melalui media sosial
 - c. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk memasarkan produk-produk yang *time sensitive*.
 - d. Sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan dari Program Studi Manajemen Pemasaran bagi WNBK pada Politeknik Jakarta.

1.4 Metode Penulisan

Penulisan tugas akhir dilakukan dengan metode penulisan deskriptif yang menjelaskan tahapan cara pembuatan media sosial digital dan teknis pemasarannya dengan videografi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistimatika penulisan tugas akhir ini adalah :



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab 1 : Pendahuluan

Terdiri dari Latar Belakang pemilihan judul dan tema, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penulisan dan Sistematika Penulisan

Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Memuat beberapa landasan teori sebagai dasar proyek

Bab 3 : Proses Pembuatan Proyek

Memuat Tahap Perencanaan Proyek, Pelaksanaan dan Penyelesaian Proyek

Bab 4 : Pembahasan

Memaparkan tahap pemasaran produk yang dikembangkan dalam proyek

Bab 5 : Penutup

Penulis menyampaikan kesimpulan dan saran terkait hasil dari pembuatan proyek tersebut



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melalui Tugas Akhir ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa teori bauran pemasaran sebuah produk, merupakan sebuah alat bantu yang sangat efektif dan efisien bagi penulis dalam mempersiapkan dan merencanakan pemasaran produk. Penulis memulai dari perencanaan produk kaos, menyusun rencana biaya produksi barang dan video, menyiapkan media sosial sebagai tempat mengunggah video sebagai media pemasaran produk, membuat konsep promosi sebagai bahan muatan video. Kemudian tidak kalah pentingnya, menyiapkan para sukarelawan yang menjadi model, proses produksi dan pemasaran sebagai bentuk layanan produsen pada para pelanggan, serta *caption* video yang berisi informasi promosi tapi juga sekaligus bukti komitmen, *trust*, kualitas nilai dan layanan produsen, yang dapat dilihat oleh pelanggan.

Videografi sendiri juga merupakan media promosi yang sangat efektif untuk mendukung pemasaran sebuah produk, karena pelanggan dapat melihat visualisasi produk tersebut. Apalagi media promosi ini dapat dikolaborasi dengan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok* dan lain-lainnya, sehingga jangkauan pelanggan menjadi sangat luas. Promosi melalui videografi dapat dilakukan dengan cara mengunggah video (yang terdiri dari gambar bergerak dan foto) dan menambahkan *voice over*, penjelasan dan informasi yang detail, sesuai dengan produk yang dipasarkan. Dari hasil pemasaran tersebut, penulis telah berhasil mendapatkan beberapa transaksi pembelian baik dari dalam dan luar negeri. Penjualan menggunakan videografi tergolong hemat, mudah dan menjangkau seluruh wilayah dan negara - yang tidak memberlakukan pembatasan penggunaan media sosial tersebut - hal ini juga dapat terlihat dari hasil *survey* sederhana yang telah penulis buat melalui *Google Form*.

5.2. Saran

Pemasaran produk juga dapat dilakukan di berbagai media lain baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial. Selanjutnya, penulis diharapkan

dapat meningkatkan kemampuannya dengan menggali ilmu lebih dalam tentang bagaimana membuat videografi yang *eye catching* dan memaksimalkan manfaatnya dalam media sosial. Selain itu, untuk mengembangkan pemasaran Raza Digital Art, akan lebih efektif jika penulis dapat mendalami serta memanfaatkan penggunaan toko online di domain atau situs berbayar, agar pelanggan lebih mudah mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Hal ini merupakan tindak lanjut Bauran Pemasaran yaitu elemen *promotion* dan *place* yang merupakan meningkatkan kepercayaan pelanggan terkait kualitas, komitmen dan nilai produk maupun layanannya, sehingga ke depan dapat lebih mengembangkan Raza Digital Art.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

1. APJII, (2023), Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang, <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
2. Anonim, (2021), <https://www.bikin.co/konveksi-baju/kain/cotton-combed-24s/>
3. Binus University, (2022), Manfaat Video Marketing Untuk Bisnis Anda, <https://binus.ac.id/malang/2022/06/manfaat-video-marketing-untuk-bisnis-anda/>
4. Bryan, (2020), Apa Itu Sablon? Apa Saja Alat yang Digunakannya?, <https://tshirtbar.id/pengertian-sablon/>
5. Bryan, (2022), Jenis Sablon Kaos Terbaik, <https://tshirtbar.id/jenis-sablon-terbaik-untuk-kaos/>
6. Cynthia, (2020), Lengkap 7P Bauran Pemasaran atau Marketing Mix, <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-bauran-pemasaran/>
7. Darian Rania, (2023), Apa itu Strategi Pemasaran 4P, Penerapan, Beserta Contoh, <https://jubelio.com/strategi-pemasaran-4p/>
8. Ekonov, (2023), Apa itu Pengertian dan Manfaat Videografi? Simak Disini! <https://ekonov.id/apa-itu-pengertian-dan-manfaat-videografi-simak-disini/>
9. Elppas, (2021), Membuat Skrip (Naskah) Untuk Video Youtube, Plus Contoh Agar Mudah Dipahami Pemula, <https://www.elppas.com/2021/07/membuat-skrip-naskah-untuk-video.html>
10. Fitrah Ardiansyah, (2022), Sejarah Kaos, Pernah Menjadi Simbol Kebebasan dan Pemberontakan Anak Muda, <https://cianjurpedia.pikiran-rakyat.com/>
11. Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, (2023). Apa itu Marketing Mix? Mengetahui Marketing Mix 7P!, <https://instiki.ac.id/2023/04/18/apa-itu-marketing-mix-mengenal-marketing-mix-7p/>
12. Jefferly, (2019), Mau Belajar Bikin Video YouTube? Ini Cara Lengkap Menulis Naskah Video, <https://jefferlyhelian.com/menulis-naskah-video/>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

13. Jefferly, (2019), Cara Mudah Menulis Script Video YouTube (Lengkap dan Khusus Pemula), <https://www.youtube.com/watch?v=xModI37edQY>
14. Jefferly Helianthusonfri, (2021), 15+ Sosial Media Marketing Apps, (2), PT. Elex Media Komputindo.
15. Jefferly Helianthusonfri, (2021), Produksi & Editing Video untuk Pemula, (2), PT. Elex Media Komputindo
16. Josh Miller, (2023), Explore the basics of videography, <https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/what-is-videography.html>
17. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), (2023), Kamus versi online/daring (dalam jaringan), <https://kbbi.web.id/media>
18. Niagahoster, 2022, Yuk Mulai Pakai Digital Marketing!, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, hal 3, Virgiona Elsandra H. (Ed.)
19. Qiscus2, (2021), Strategi dan Manfaat Bauran Pemasaran untuk Bisnis, <https://www.qiscus.com/>
20. Raza Widiyanto, (2023), Google Form: Yuk Tampil Trendy di HUT RI, <https://forms.gle/DxAxpPJFF5ERRArb8>
21. Salsabila Nanda, (2023), 30+ Contoh dan Cara Penulisan Daftar Pustaka Menurut APA Style, <http://www.brainacademy.id/blog/menyusun-daftar-pustaka>
22. Sara Neyrhiza, (Februari, 2020), Membuat Naskah Podcast, Biar Nggak Ngelantur Sana Sini, <https://www.neyrhiza.com/2020/02/membuat-naskah-podcast.html>
23. Shilvina Widi, (2023), Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023, <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
24. Universitas Ciputra, (2023), Bauran Pemasaran 7P Sebagai Bagian Strategi Manajemen Bisnis, <https://www.uc.ac.id/en/bauran-pemasaran-7p-sebagai-bagian-strategi-manajemen-bisnis/>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

25. Universitas Multimedia Nusantara, (2022), Sinematografi Vs Videografi: Apa Perbedaannya?, <https://www.umn.ac.id/sinematografi-vs-videografi-apa-perbedaannya>
26. Universitas Islam An-Nur Lampung, (2022), Pengertian Media Sosial dan Jenis-jenisnya, <https://an-nur.ac.id/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>
27. Viki, (2023), Yuk, Contek Tutorial dan Contoh Script Video Promosi Ini Untuk Hasil Maksimal!, <https://www.komunitasmea.web.id/contoh-script-video-promosi/>
28. Wyzowl, (2023), The State of Video Marketing 2023, <https://wyzowl.s3.eu-west-2.amazonaws.com/pdfs/Wyzowl-Video-Survey-2023.pdf>

