

IMPLEMENTASI TEKNIK 4Ps DALAM PEMBUATAN NASKAH VIDEO PROMOSI TOKO KENANGA

MUHAMMAD RAFLY



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Akhir dengan judul “Implementasi Teknik 4Ps dalam Pembuatan Naskah Video Promosi Toko Kenanga” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Laporan Akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Muhammad Rafly
J1301211077

@Hacpanti IPB University

RINGKASAN

MUHAMMAD RAFLY. Implementasi Teknik 4Ps dalam Pembuatan Naskah Video Promosi Toko Kenanga. *Implementation of 4Ps Technique in Scriptwriting for Promotional Video of Toko Kenanga*. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA dan TASYA CAMILA HAMDANI.

Laporan akhir ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan proyek pembuatan video promosi Toko Kenanga, yang berfokus pada strategi penyusunan naskah berbasis teknik komunikasi visual. Proyek ini dilandasi oleh kebutuhan pelaku usaha dalam menghadirkan konten promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik, relevan, dan mampu menjangkau audiens digital secara efektif. Keberadaan media video sebagai alat promosi dinilai mampu membangun keterlibatan emosional serta memperkuat identitas merek dalam benak konsumen. Tujuan utama dari proyek ini adalah menerapkan teknik 4Ps (*Picture, Promise, Proof, Push*) sebagai kerangka penyusunan naskah video promosi yang terstruktur, terukur, dan persuasif agar pesan dapat diterima lebih jelas dan membekas oleh audiens.

Proses pelaksanaan proyek berlangsung dari bulan Februari hingga Mei 2025 dengan metode berbasis observasi langsung, wawancara dengan mitra usaha, serta kolaborasi aktif bersama tim produksi. Tahapan produksi meliputi pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi yang dilakukan secara langsung di lokasi usaha Toko Kenanga, Sukabumi, Jawa Barat. Penyusunan naskah dilakukan oleh *Scriptwriter* dengan pendekatan *storytelling* yang disesuaikan dengan struktur teknik 4Ps. Setiap elemen dalam teknik ini memiliki fungsi spesifik untuk membangun alur naratif, membentuk nilai, memperkuat kepercayaan, dan mengarahkan audiens menuju tindakan nyata. Perencanaan isi, pemilihan diksi, dan penyesuaian gaya bahasa menjadi bagian penting dalam menjamin keterpahaman pesan promosi.

Konsep video dirancang dengan pendekatan emosional yang menampilkan aktivitas nyata toko, interaksi pelanggan, serta testimoni secara natural untuk membentuk keaslian dan kedekatan emosional. Elemen visual dipadukan dengan narasi *voice-over*, grafis informatif, serta warna dominan brand untuk memperkuat penyampaian makna tanpa mengganggu alur cerita. Penyusunan visual dan naskah dikembangkan secara terpadu agar tercipta komunikasi yang konsisten, menyentuh, dan mudah dipahami oleh berbagai segmen audiens. Hasil akhir berupa video berdurasi 7 menit 28 detik yang diunggah melalui platform digital seperti Instagram, YouTube, dan marketplace sesuai dengan karakteristik target pasar. Pemanfaatan teknik 4Ps dalam proyek ini terbukti meningkatkan kualitas komunikasi promosi secara signifikan. Struktur pesan yang dibangun menjadi lebih utuh, meyakinkan, dan mudah diingat oleh audiens digital yang menjadi sasaran utama pemasaran. Proyek ini diharapkan dapat menjadi acuan penerapan strategi komunikasi visual yang tepat sasaran, khususnya bagi perusahaan dalam membangun brand secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Naskah Video, Promosi Digital, *Scriptwriter* , Teknik 4Ps, Toko Kenanga



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

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

©Hak Cipta Milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan. Penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin IPB.

IMPLEMENTASI TEKNIK 4Ps DALAM PEMBUATAN NASKAH VIDEO PROMOSI TOKO KENANGA

MUHAMMAD RAFLY

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

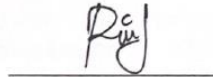
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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

Judul Laporan : Implementasi Teknik 4Ps dalam Pembuatan Naskah
Video Promosi Toko Kenanga
Nama : Muhammad Rafly
NIM : J1301211077

Disetujui oleh:

Pembimbing 1:
Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm.,M.Si.



Pembimbing 2:
Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom.,M.Med.Kom.



Diketahui oleh:

Ketua Prodi Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos.,M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi :
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian : 30 Juni 2025

Tanggal Lulus :



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul "Implementasi Teknik 4Ps dalam Penyusunan Naskah Video Promosi Toko Kenanga" dengan baik dan lancar. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma IV Komunikasi Digital dan Media di Sekolah Vokasi IPB University. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana peran strategi penulisan naskah dan storytelling berpengaruh dalam membentuk komunikasi promosi digital yang efektif.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si., dan Ibu Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberi saran selama pelaksanaan dan penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Mulyono, S.Pt., M.T.I., selaku dosen penguji atas masukan dan sarannya yang membangun dalam proses penyempurnaan laporan ini. Penghargaan juga penulis sampaikan kepada pihak Toko Kenanga yang telah memberikan izin kerja sama dan mendukung proses pelaksanaan proyek. Penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua, Bapak Subhan dan Ibu Rani atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Penghargaan dan terima kasih juga ditujukan kepada saudari Ajeng Alit atas dukungan moral yang berarti selama proses ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan-rekan seperjuangan: Ghyats, Fathur, Rifdah, Freza, serta seluruh teman lainnya yang telah membantu dan memberi semangat selama masa studi dan penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depannya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang berkepentingan.

Bogor, Agustus 2025

Muhammad Rafly

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR BAGAN	X
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR LAMPIRAN	X
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Video Promosi	5
2.2 Peran dan Strategi <i>Scriptwriter</i> dalam Video Promosi	9
2.3 Teknik 4Ps dalam Pembuatan Naskah Video Promosi	10
2.4 Proyek Terdahulu	11
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Subjek Proyek	13
3.3 Alat dan Bahan Proyek	13
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	14
3.5 Prosedur Kerja <i>Scriptwriter</i>	16
3.6 <i>Output</i> Proyek	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Proyek	19
4.2 Strategi <i>Scriptwriter</i> dalam Menyusun Naskah Video Promosi	20
4.3 Penerapan Teknik 4Ps dalam Penyusunan Naskah Video Promosi	27
V SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	41
RIWAYAT HIDUP	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Proyek Terdahulu	11
Tabel 2. Alat dan Bahan	13
Tabel 3. Output Proyek	17



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Prosedur Kerja	15
Bagan 2. Prosedur Kerja <i>Scriptwriter</i>	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wawancara Manager Toko Kenanga	20
Gambar 2. Naskah <i>Promise</i>	21
Gambar 3. Visualisasi Video <i>Promise</i>	21
Gambar 4. Awal Alur Naskah	22
Gambar 5. Visualisasi Interaksi	23
Gambar 6. Visual Gaya Bahasa pada Video <i>Branding</i>	24
Gambar 7. Visual <i>Close-up</i> Produk	25
Gambar 8. Visualisasi Interaksi Pelanggan	26
Gambar 9. Visualisasi CTA dengan Menampilkan Kontak Resmi	27
Gambar 10. <i>Script</i> Video <i>Company Profile</i>	28
Gambar 11. <i>Storyboard Picture</i>	29
Gambar 12. Visualisasi <i>Picture</i> Toko Kenanga	30
Gambar 13. <i>Storyboard Promise</i>	31
Gambar 14. Interaksi Bersama Pelanggan	32
Gambar 15. <i>Storyboard Proof</i>	33
Gambar 16. Testimoni Pelanggan	33
Gambar 17. <i>Storyboard Push</i>	34
Gambar 18. Visual CTA dalam Video	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kerja sama dengan Mitra	42
Lampiran 2. Surat Kerja sama Anggota	44
Lampiran 3 Kerangka Cerita Video Promosi <i>Company Profile</i> Toko Kenanga	46
Lampiran 4 Kerangka Cerita Video Promosi <i>Branding</i>	46
Lampiran 5 Kerangka Cerita Video Promosi Testimoni	47
Lampiran 6 <i>Treatment</i> Video Promosi <i>Company Profile</i>	48
Lampiran 7 <i>Treatment</i> Video Promosi <i>Branding</i>	49
Lampiran 8 <i>Treatment</i> Video Promosi Testimoni	50
Lampiran 9 Naskah Video <i>Company Profile</i>	51
Lampiran 10 Naskah Video <i>Branding</i>	54
Lampiran 11 Naskah Video Testimoni	56
Lampiran 12 Surat Rekognisi Penggunaan Konten	59
Lampiran 13 HKI Video Promosi <i>Company Profile</i>	60
Lampiran 14 Lampiran Pencipta dan Pemegang HKI Video Promosi <i>Company Profile</i>	61
Lampiran 15 HKI Video Promosi <i>Branding</i>	62
Lampiran 16 Lampiran Pencipta dan Pemegang HKI Video Promosi <i>Branding</i>	63
Lampiran 17 HKI Video Promosi Testimoni	64

Lampiran 18 Lampiran Pencipta dan Pemegang HKI Video Promosi Testimoni	65
Lampiran 19 <i>Barcode</i> Video Promosi <i>Company Profile</i>	66
Lampiran 20 <i>Barcode</i> Video Promosi Branding	66
Lampiran 21 <i>Barcode</i> Video Promosi Testimoni	66

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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