

Perancangan Video Iklan Sebagai Media Promosi Pada PT. Edensor Lazuardi Indonesia

Dede Cahyadi¹, Anita Bawaiqi Wandanaya², Virda Lillah*³

^{1, 2, 3}Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains and Teknologi Universitas Raharja

E-mail: ¹dede.cahyadi@raharja.info, ²anita@raharja.info, ³virda.lillah@raharja.info

Abstrak

Video iklan merupakan audio visual yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau pun jasa. Video iklan menjadi salah satu promosi yang efisien pada era digital saat ini, di mana masyarakat mengikuti perkembangan teknologi. Edensor Hills Villa & Resort adalah sebuah penginapan kelas menengah ke atas yang memiliki keunikan desain interior khas eropa dengan tempat panorama alam yang menakjubkan yang terletak di Jl. Air Terjun No.11, Bojong Koneng, Sentul – Bogor. Edensor Hills Villa & Resort pernah melakukan promosi melalui brosur, website, sosial media, juga pernah beberapa kali menjadi tempat shooting acara tv, dan masuk dalam vlog youtube orang lain. Namun Edensor Hills Villa & Resort belum memiliki video iklan tersendiri atau disebut video official. Tujuan penelitian ini untuk menghasilkan informasi berupa video iklan yang pertama dan manfaat penelitian ini untuk meningkatkan sebuah media promosi yang dimiliki menjadi lebih efektif. Penelitian ini menggunakan metode berupa : analisa permasalahan, pengumpulan data, analisis SWOT, konsep produksi media. Perancangan video ini di bantu dengan software editor sebagai penunjang seperti berikut Adobe Premiere Pro & Adobe After Effect . Video informasi ini akan diimplementasikan melalui media sosial yang dimiliki oleh Edensor Hills Villa & Resort..

Kata Kunci—Audio Visual; Video Iklan; Promosi

Abstract

Video ads are audio visuals that aim to promote a product or service. Video advertising is one of the most efficient promotions in today's digital era, where people are following technological developments. Edensor Hills Villa & Resort is an upper-middle class inn that has a unique European interior design with a stunning natural panorama located on Jl. Waterfall No.11, Bojong Koneng, Sentul – Bogor. Edensor Hills Villa & Resort has promoted through brochures, websites, social media, has also been a shooting location for tv shows, and has been included in other people's YouTube vlogs. However, Edensor Hills Villa & Resort does not yet have its own advertising video or so-called official video. The purpose of this study is to produce information in the form of the first video advertisement and the benefits of this research are to improve a promotional media that is owned to be more effective. This study uses the following methods: problem analysis, data collection, SWOT analysis, the concept of media production. The design of this video is assisted with supporting software editors such as the following Adobe Premiere Pro & Adobe After Effects. This informational video will be implemented through social media owned by Edensor Hills Villa & Resort.

Keywords—Audio Visual; Advertising Video; Promotional

1. PENDAHULUAN

Video iklan merupakan audio visual yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau pun jasa. Video iklan menjadi salah satu promosi yang efisien pada era digital saat ini, di mana masyarakat mengikuti perkembangan teknologi, penggunaan media sosial yang banyak.

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada 2 macam, media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional.[1]

Edensor Hills Villa & Resort adalah sebuah penginapan kelas menengah ke atas yang memiliki keunikan desain interior khas eropa dengan tempat panorama alam yang menakjubkan yang terletak di Jl. Air Terjun No.11, Bojong Koneng, Sentul – Bogor. Edensor Hills Villa & Resort pernah melakukan promosi melalui brosur, website, sosial media, juga pernah beberapa kali menjadi tempat shooting acara tv, dan masuk dalam vlog youtube orang lain.

Permasalahan yang ada di Edensor Hills Villa & Resort, media yang pernah digunakan untuk promosi yaitu: brosur, website, sosial media, juga pernah beberapa kali menjadi tempat shooting acara tv, dan masuk dalam *vlog* youtube orang lain. Dan belum memiliki video iklan tersendiri atau video *official*.

Tujuan penelitian ini untuk menghasilkan informasi berupa video iklan yang pertama dan manfaat penelitian ini untuk meningkatkan sebuah media promosi yang dimiliki menjadi lebih efektif.

1.1. Literature Review

Literature review merupakan salah satu data atau bahan yang asalnya dari jurnal atau buku untuk menjadi bahan acuan yang akan diteliti. Berikut merupakan *literature review* dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Diah Ismayani (2018).^[2] yang berjudul “Perancangan Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase Kabupaten Sidrap” Penelitian ini bertujuan merancang video promosi wisata Puncak Bila Riase’ Kabupaten Sidrap dengan wahana/objek yang ada pada wisata tersebut. Metode yang digunakan penelitian ini: Penguumpulan data.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Okta Veza dan Eka Safira (2020).^[3] yang berjudul “Perancangan Video Iklan Promosi di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle” Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan tentang produk-produk Perusahaan T-Obenk Kaos kepada masyarakat kota Batam.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Nuzul Khair (2020).^[4] yang berjudul “Implementasi Video Iklan Sebagai Media Promosi untuk Bucket Coffee Batam” Perancangan ini bertujuan untuk lebih dikenal oleh pelanggan dan masyarakat luas untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dan memenuhi keinginan dari pelanggan.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Bagus Firmansyah (2017).^[5] yang berjudul “Perancangan Video Iklan sebagai Media Promosi Aman Rekreasi Selecta Batu” Tujuan Perancangan video iklan Taman Rekreasi Selecta ini adalah untuk meningkatkan jumlah wisatawan di taman rekreasi selecta batu dan mengenalkan pembaruan wahana serta fasilitas yang terdapat di Taman Rekreasi Selecta.
5. Sang Kopyang Putra Perwira, Ni Ketut Rini Astuti, I Gede Agus Indram Bayu Artha (2021).^[6] “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat dan Media Pendukung sebagai Sarana Sosialisasi Pengolahan Sampah Berbasis Sumber di Desa Tamesi” Penelitian ini bertujuan untuk membuat media sosialisasi yang efektif, terjangkau, dan diantaranya Video iklan layanan masyarakat.

Perbedaan penelitian dari literature review dengan penelitian ini adalah sebuah metode penelitian yang digunakan berbeda dan tempat penelitian pun berbeda.

2. METODE PENELITIAN

Dalam Penyusunan penelitian ini, memakai sebagian metode yang akan diimplementasikan, yaitu:

1. Metode Analisis permasalahan, yaitu menganalisis permasalahan yang ada di Edensor Hills Villa & Resort
2. Metode pengumpulan data:
 - a) Metode Observasi, metode ini dilakukan dengan cara survey langsung ke tempatnya di temani Housekeeping.
 - b) Metode Wawancara, metode ini langsung oleh penulis dengan mewawancarai langsung Bu Anggraeni sebagai sales & marketing.
 - c) Metode Studi pustaka, metode ini menyeleksi lengkap data yang relevan dalam judul yang dikirimkan, baik dari jurnal, buku-buku,
3. Metode Konsep Produksi Media
Metode Konsep Produksi Media memiliki beberapa tahapan yaitu: Pre Production, Production, Post Production.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Preproduction*

Pre Production merupakan tahapan awal dalam sebuah Konsep Produksi Media yang meliputi:

3.1.1. *Ide/Gagasan*

Dalam pembuatan video iklan ini ide/gagasan untuk membuat suatu proyek yang belum ada sebelumnya dan juga membuat karya dengan lebih kreatif dan menarik dalam waktu durasi 1 menit lebih, video iklan ini menampilkan kenyamanan tempat di Edensor Hills Villa & Resort.

3.1.2. *Sinopsis*

Sinopsis merupakan ringkasan singkat dalam alur cerita yang akan dibuat, berikut merupakan sinopsis dari video iklan ini:

“Seorang perempuan yang mengawali hari di sebuah villa, kemudian turun dari villa dan menikmati pemandangan. Kemudian memperlihatkan mansion house dan *caffe* lalu perempuan menikmati pemandangan dari balkon mansion house”

3.1.3. *Narasi*

Narasi merupakan rangkaian cerita atau alur cerita yang divisualisasikan, berikut narasi dalam pembuatan video ini:

“Mengawali hari dengan tenang / Dan hati yang lapang. // Menghirup udara segar / Membuat hidup kian damai. // Akan ada banyak hal indah yang kita lewatkan / jika tak bisa menikmati di setiap detiknya. // Mata tertuju pada setiap sudut ruang / Tak ada rasa hampa yang dipandang. // Pesonanya mendamaikan rasa / Pesonanya membuatmu bahagia // Di sini kamu akan mendapatkan perasaan itu // Karena *enchanted your feeling*.”

3.1.4. Storyboard

Storyboard merupakan rangkaian gambar ilustrasi yang berusaha menjelaskan bahasa tulisan dari sinopsis, berikut merupakan storyboard video iklan ini:



Gambar 1./Scene 1/ Menampilkan *footage* sekitar area Edensor hills Villa & Resort



Gambar 2./Scene 2/ Menampilkan *footage* pintu masuk depan Edensor Hills Villa & Resort.



Gambar 3./Scene 3/ Menampilkan *footage* seorang perempuan memasuki kamar mandi.



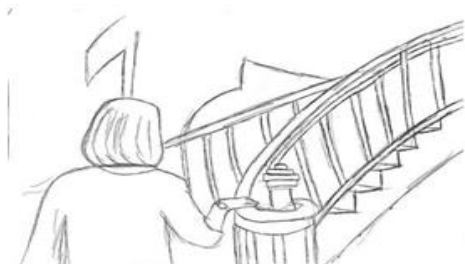
Gambar 4./Scene 4/ Menampilkan *footage* seorang perempuan keluar dari tipe Villa Bungalow Room.



Gambar 5./Scene 5/ Menampilkan *footage* seorang perempuan di area spotfoto.



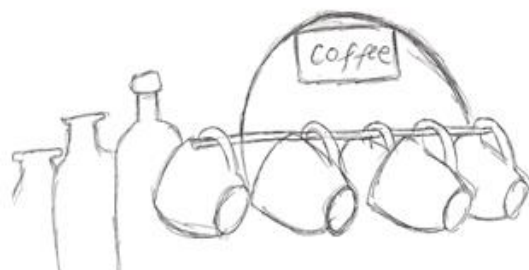
Gambar 6./Scene 6/ Menampilkan *footage* seorang perempuan di area spot foto.



Gambar 7./Scene 7/ Menampilkan *footage* seorang perempuan memasuki area Mansion House.



Gambar 8./Scene 8/ Menampilkan *footage* seorang perempuan memasuki area Mansion House



Gambar 9./Scene 9/ Menampilkan seorang perempuan berjalan dihalaman Villa



Gambar 10./Scene 10/ Menampilkan seorang perempuan di area spot foto

3.1.5. Script Writing

Berikut merupakan *Script writing* video promosi pada SMK Yarsi:

Tabel 1. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>footage</i> sekitar area Edensor hills Villa & Resort.	Backsound
2.	Menampilkan <i>footage</i> pintu masuk depan Edensor Hills Villa & Resort.	Backsound
3.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan memasuki kamar mandi.	Backsound
4.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan keluar dari tipe Villa Bungalow Room.	Backsound "Mengawali hari dengan tenang Dan hati yang lapang"
5.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan di area spot foto.	Backsound "Menghirup udara segar, membuat hidup kian damai"
6.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan di area deck view.	Backsound "Akan ada banyak hal indah yang kita lewatkan jika tak bisa menikmati di setiap detiknya"
7.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan memasuki area Mansion House.	Backsound "Mata tertuju pada setiap sudut ruang, Tak ada rasa hampa yang dipandang, Pesonanya mendamaikan rasa"
8.	Menampilkan <i>footage</i> kamar Mansion House.	Backsound "Pesonanya membuatmu bahagia, Di sini."
9.	Menampilkan <i>footage</i> Caffe & Resto.	Backsound "Kamu akan mendapatkan perasaan itu."
10.	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan keluar dari Balkon Mansion House dan menampilkan outro bumper logo edensor Hills Villa & Resort serta alamat website.	Backsound "Karena, enchanting your feeling"

3.1.6. Rundown

Hari : Kamis

Tanggal: 03 Juni 2021

Tabel 2. Rundown hari pertama

No.	Scene	Location	Duration	Int/ Ext	Description
1.	2	Pintu masuk Edensor Hills Villa & Resort	09:00 - 09:30	Ext	Menampilkan <i>footage</i> pintu masuk depan Edensor Hills Villa & Resort.
2.	7	Mansion House	10:00 - 12:00	Int	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan memasuki area Mansion House.
<i>Break</i>					
3.	6	Deck View	13.00 - 14:00	Ext	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan di area deck view.
4.	5	Spot Foto	14.30 - 15:30	Ext	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan di area spot foto.
5.	4	Bungalow Room	16:00 - 17:00	Ext	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan keluar dari tipe Villa Bungalow Room.

Hari : Jumat

Tanggal: 04 Juni 2021

Tabel 3. Rundown hari kedua

No.	Scene	Location	Duration	Int/Ext	Description
1.	3	Kamar Mandi	06:30 - 08:00	Int	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan memasuki kamar mandi.
<i>Break</i>					
2.	10	Balkon Mansion House	09:00 - 10:00	Ext	Menampilkan <i>footage</i> seorang perempuan keluar dari Balkon Mansion House dan menampilkan outro bumper logo Edensor Hills Villa & Resort serta alamat website.
3.	8	Kamar Mansion House	10:30 - 11:30	Ext	Menampilkan <i>footage</i> kamar Mansion House.
<i>Break</i>					
4.	1	Area Edensor Hills Villa & Resort.	13:00 - 14:30	Ext	Menampilkan <i>footage</i> sekitar area Edensor Hills Villa & Resort.
5.	9	Caffe & Resto.	15:00 - 16:30	Ext	Menampilkan <i>footage</i> Caffe & Resto.

3.1.7. Penyusunan Crew

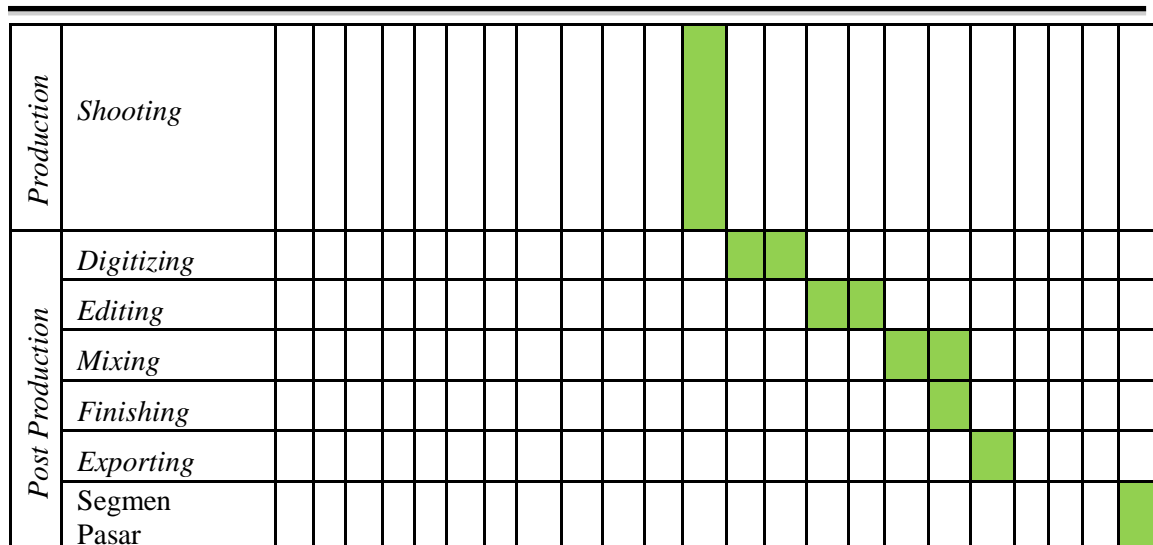
Tabel 4. Penyusunan Crew

No.	Jabatan	Nama
1.	Director	Virda Lillah
2.	Penyusunan Konsep	Virda Lillah
3.	Cameraman 1	Virda Lillah
4.	Cameraman 2	Demmy Trisna Maulana
5.	Editor	Virda Lillah
6.	Script Writer	Virda Lillah
7.	Dubber	Virda Lillah
8.	Lighting 1	Virda Lillah
9.	Lighting 2	Lola Sartika
10.	Pilot Drone	Eman
11.	Talent	Sri Mulyani

3.1.8. Time schedule

Tabel 5. Time Schedule

Tahapan	Maret 2021			April 2021				Mei 2021				Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preproduction	Observasi																						
	Pengumpuahn Data																						
	Ide																						
	Time Schedule																						
	Proposal																						
	Sinopsis																						
	Script Writing																						
	Storyboard																						
	Shootlist																						
	Rundown																						
	Peralatan																						
	Memilih Talent																						



3.1.9. Anggaran

Tabel 6. Anggaran

No.	Alat Produksi	Keterangan	Jumlah	Biaya Produksi
1.	Personal Computer	Milik teman	1 set	-
2.	Kamera DSLR Canon100D	Sewa	1 buah	Rp. 500.000,-
3.	Lensa Fix 50mm	Milik Teman	1 buah	Rp. 500.000,-
4.	Drone Dji Mavic Mini2	Sewa	1 buah	Rp. 450.000,-
5.	Tripod	Milik teman	1 buah	-
6.	Lighting Softbox	Milik teman	1 buah	-
7.	Memory Card	Milik teman	2 buah	-
8.	Transportasi	Sewa	1 unit	Rp. 700.000,-
9.	Makan	Sewa	7 x	Rp. 500.000,-
10.	Hostel	Sewa	2 kamar + Extra Bed	Rp. 270.000,-
Total				Rp. 2.920.000,-

3.1.10. Peralatan yang digunakan

Dalam pembuatan video iklan ini membutuhkan beberapa peralatan pendukung sebagai berikut:

- 1) Personal computer
- 2) Kamera DSLR Cannon 100D
- 3) Lensa Fix 50mm
- 4) Drone Dji Mavic Mini 2
- 5) Tripod
- 6) Lighting Softbox
- 7) Memory Card

3.2. Production

Production merupakan pengambilan gambar yang bekerja sama antara *crew* dan pemain dalam pembuatan video dari tahap pra produksi yang meliputi sinopsis, *storyboard* dan *time schedule*.

3.2.1. Tampilan Visual

Tampilan Visual merupakan salah satu hasil gambar yang sudah dibuat di *storyboard* lalu diubah menjadi gambar digital berbasis animasi 2 dimensi ^[6]



Gambar 11./ Scene 11/ Menampilkan *footage* sekitar area Edensor hills Villa & Resort.



Gambar 12./ Scene 2/ Menampilkan *footage* pintu masuk depan Edensor Hills Villa & Resort.



Gambar 13./ Scene 3/ Menampilkan *footage* seorang perempuan memasuki kamar mandi.



Gambar 14./ Scene 4/ Menampilkan *footage* seorang perempuan keluar dari tipe Villa Bungalow Room.



Gambar 15./ Scene 5/ Menampilkan *footage* seorang perempuan di area spot foto.



Gambar 16./ Scene 6/ Menampilkan *footage* seorang perempuan di area deck view.



Gambar 17./ Scene 7/ Menampilkan *footage* seorang perempuan memasuki area Mansion House.



Gambar 18./ Scene 8/ Menampilkan *footage* kamar Mansion House.



Gambar 19./ Scene 9/ Menampilkan *footage* Caffe & Resto.



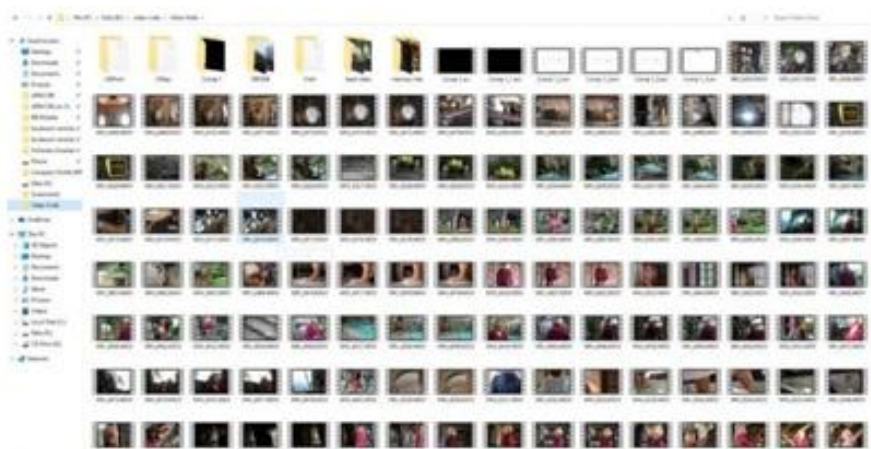
Gambar 20./ Scene 10/ Menampilkan *footage* seorang perempuan keluar dari Balkon Mansion House dan menampilkan outro bumper logo edensor Hills Villa & Resort serta alamat website.

3.3. Post Production

Post Production merupakan tahapan akhir dalam Konsep Produksi Media. Berikut merupakan tahapan-tahapan dari *Post Production*:

3.3.1. Digitizing

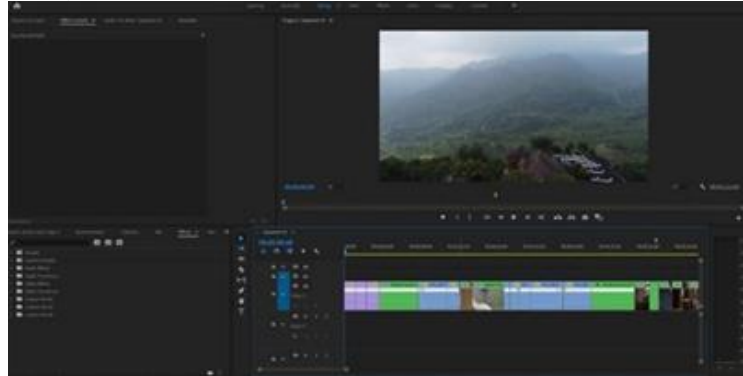
Tahap *Digitizing* merupakan proses pemindahan file dari gambar manual ke gambar digital. Berikut Proses *Digitizing*:



Gambar 21. *Digitizing*

3.3.2. Editing

Tahap *Editing* merupakan proses persatuan dari potongan-potongan video per-scene. Berikut proses *Editing*:



Gambar 22. *Editing*

3.3.3. Mixing

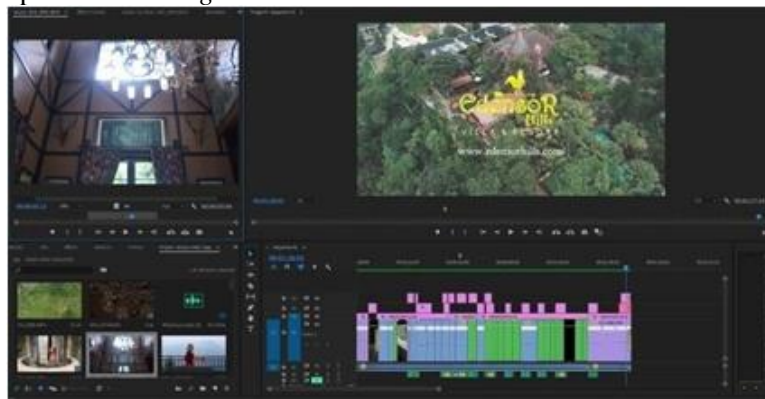
Tahap *Mixing* merupakan proses pencampuran visual, audio dan efek-efek sebagai pelengkap. Berikut proses *Mixing*:



Gambar 23. *Mixing*

3.3.4. Finishing

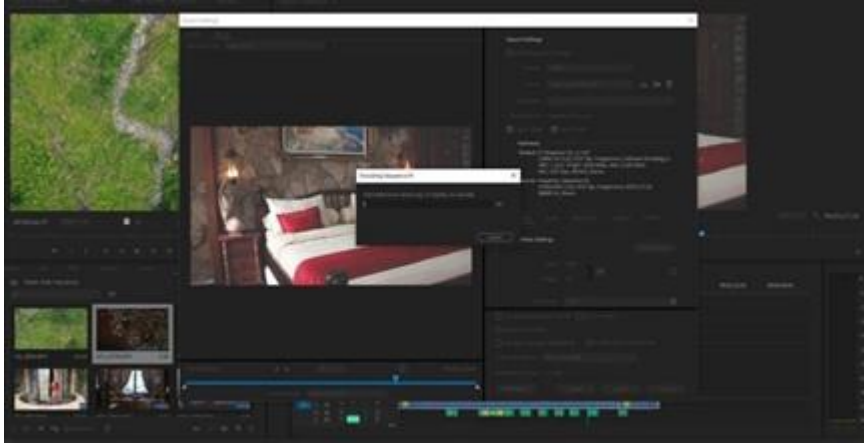
Tahap *Finishing* merupakan tahap pengecekan ulang sesuai visual, audio dan efek-efek lainnya. Berikut proses *Finishing*:



Gambar 24. *Finishing*

3.3.5. Exporting

Tahap *Exporting* merupakan tahapan akhir yaitu proses rendering dan *export* dan menentukan format video yang akan dioutput. Berikut proses *exporting*:



Gambar 25. *Exporting*

4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan pada PT. Edensor Lazuardi Indonesia yang fokus mempromosikan produk Edensor Hills Villa & Resort yang berjalan kurang lebih selama 4 bulan, yang berjudul “Perancangan video iklan sebagai media promosi pada PT. Edensor Lazuardi Indonesia” Sebagai berikut:

1. Edensor Hills Villa & Resort membutuhkan sebuah bentuk promosi yang mewakili keunggulan yang dimilikinya. Video iklan yang menyajikan seorang perempuan menikmati kenyamanan di Villa tersebut.
2. Edensor Hills Villa & Resort membutuhkan sebuah media audio visual yang belum pernah dilakukan sebagai media promosi. Video iklan ini akan menjadi video pertama *official* yang hadir di media sosial yang di miliki.
3. Edensor Hills Villa & Resort menyebarluaskan melalui sosial media merupakan hal yang tepat karena targer pasarnya adalah menengah ke atas.

5. SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan telah dapat disimpulkan untuk memberi saran kepada PT. Edensor Hills Villa & Resort, yaitu:

1. Disarankan untuk PT. Edensor Hills Villa & Resort dapat menggunakan hasil video yang telah dibuat dengan sebaik-baiknya untuk dapat membantu sebagaimana fungsinya yaitu media promosi.
2. Disarankan untuk PT. Edensor Hills Villa & Resort setelah video ini dapat memperbarui informasi-informasi yang ada di produk, minimal 6 bulan sekali.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nugraheni, Ratna, Patmi Kasih dan Umi Mahdiyah, 2021, Perancangan Augmented Reality Sebagai Media Promosi Desain Interior Berbasis MobileAPPS. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri. Seminar Nasional Inovasi Teknologi. e- ISSN: 2549-7952, p-ISSN: 2580-3336, Vol. 5, No.1: 71.

- [2] Ismayani, Diah. 2018. Perancangan Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase' Kabupaten Sidrap. Makassar : Universitas Negeri Makassar. Jurnal Imajinasi Seni dan Pendidikan Seni. E-ISSN. : 2550-102X. Vol.2, No.1.
- [3] Veza, Okta dan Safira, Eka. 2020. Perancangan Video Iklan Promosi di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Depeloment Life Cycle. Batam : Universitas Ibnu Sina. Engineering dan Technology Internasional Journal (EATIJ). E-ISSN : 2714-755X. Vol.2 No.3.
- [4] Khair, Nuzul. 2020. Implementasi Video Iklan Sebagai Media Promosi untuk Bucket Coffee Batam. Batam : Universitas Internasional Batam. Monograph. Repository uib.
- [5] Firmasnyah, Bagus. 2017. Perancangan Video Iklan sebagai Media Promosi Aman Rekreasi Selecta Batu. Malang : Universitas Negeri Malang. Thesis.
- [6] Prawira, Sang Kopyang Putra, Astuti, Ni Ketut Rini dan Artha, I Gede Agus Indram Bayu. 2021. Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat dan Media Pendukung sebagai Sarana Sosialisasi Pengolahan Sampah Berbasis Sumber di Desa Tamesi. Denpasar : Institut Seni Indonesia Denpasar. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Vol.2 No 01.