

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan Karya**

Proses pembuatan karya ini merupakan implementasi praktis dari ide dan konsep yang telah dirumuskan sebelumnya, yang bertujuan untuk menghasilkan hasil yang dapat memenuhi tujuan dan ekspektasi yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan yang tepat, pembuatan karya ini diharapkan dapat berjalan secara efektif dan menghasilkan output yang optimal.

##### **3.1.1. Metode Pengumpulan Data (riset)**

Dalam menghasilkan karya berupa *product profile* yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* Pristine8.6+ Yusen, terdapat tahapan seperti pengumpulan data. Data yang akurat dan relevan menjadi dasar untuk merancang poster, *flyer*, *point of sales* dan video agar tepat sasaran. Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

###### **3.1.1.1. Observasi**

Tahap awal yang dilakukan adalah menganalisis produk, harga, dan kompetitor dari Pristine8.6+ melalui *website* resmi dan media *online*. Tujuannya adalah untuk memahami posisi produk di pasar dan mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dalam perancangan karya.

###### **3.1.1.2. Wawancara**

Tahap kedua adalah melakukan wawancara dengan Bapak David Halim selaku *Senior Brand Manager* yang bertujuan untuk mengetahui pesan utama yang ingin disampaikan dalam pembuatan *product profile*. Pembahasan mencakup analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT), *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), serta

alasan terciptanya produk Pristine8.6+ Yusen agar dapat memberikan informasi untuk merancang komunikasi visual yang efektif.

### 3.1.1.3. Riset Referensi

Tahap ketiga adalah riset referensi untuk mencari karya-karya yang relevan seperti poster dan *flyer*, melalui media *online* seperti Google dan Instagram. *Survey* langsung di supermarket seperti Ranch Market dan Farmers Market juga dilakukan untuk melihat *point of sales* yang sesuai dengan target market serta pencarian referensi *product profile* video di media *online* Instagram dan Tiktok untuk mendapatkan ide penyampaian pesan yang sesuai.



Gambar 3. 1 Riset Referensi *Rack Display* di Market City

#### **3.1.1.4. Pengemasan Informasi**

Setelah mengumpulkan informasi dan data dari hasil wawancara dan riset referensi, tahap selanjutnya adalah merangkum informasi dalam bentuk *power point* dengan judul “Pristine8.6+ : *Product Profile Plan*”. Pengemasan informasi bertujuan untuk mempermudah pemaparan materi kepada pembimbing ahli untuk selanjutnya diberikan arahan.

Pengemasan informasi mencakup *product profile* Pristine8.6+, analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT), *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), *Product, Price, Promotion, Place* (4P), *Unique Selling Point*, dan konsep *Specific, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time-Bound Goals* (SMART), referensi karya yang digunakan dan *draft* atau konsep karya yang akan dibuat. Referensi karya yang relevan akan memberikan inspirasi desain yang kuat.

#### **3.1.1.5. Arahan dan Ulasan**

Setelah informasi dan *draft* dirangkum dalam bentuk *power point*, selanjutnya dilakukan pemaparan materi kepada Bapak Edo Tirtadarma selaku pembimbing ahli untuk mendapatkan arahan mengenai tahapan, eksekusi dan evaluasi mengenai pemaparan hasil materi tersebut. Arahan akan memastikan hasil perancangan tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan. Dengan langkah-langkah tersebut diharapkan karya yang dihasilkan dapat efektif dalam meningkatkan *brand awareness* Pristine8.6+.

#### **3.1.2. Metode Perancangan Karya**

Pada tahap metode perancangan karya, dibutuhkan linimasa yang memiliki peran penting untuk memastikan setiap tahapan produksi berjalan efisien dan sesuai jadwal. Linimasa membantu mengatur waktu untuk mengatasi kendala yang muncul. Dengan begitu linimasa memastikan pembuatan karya dapat selesai tepat waktu dan sesuai dengan tujuan pembuatan *product profile* Pristine8.6+ Yusen.

Berikut linimasa yang digunakan dalam pembuatan *product profile* poster, *flyer*, *point of sales* dan video:

**Tabel 3. 1 Linimasa Pembuatan *Product Profile***

Linimasa Pembuatan <i>Product Profile</i> Pristine Yusen												
Kegiatan	2024											
	September		Oktober				November				Desember	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Pengajuan Izin Pembuatan Karya												
Merumuskan Ide												
Penyusunan konsep Poster, Flyer dan <i>Point of sales</i>												
Wawancara												
Desain Poster, Flyer dan <i>Point of Sales</i>												
Arahan dan Ulasan Dosen												
Produksi Pembuatan Poster, Flyer dan <i>Point of Sales</i>												
Pra Produksi Video												
Produksi Video												
Pasca Produksi Video												
Pencetakan Poster, Flyer dan <i>Point of Sales</i>												
Upload Video dan Flyer Digital ke Instagram												
Evaluasi												

### 3.1.2.1 Konsep Utama

Sebagai dasar dalam metode perancangan karya ini, konsep utama yang diusung adalah makna kata "Yusen" yang berarti cantik dalam bahasa Jepang.

Konsep ini menjadi landasan untuk menggambarkan produk Pristine8.6+ Yusen, yang tidak hanya menonjolkan keindahan desain kemasan kaca yang elegan, tetapi juga mengedepankan kualitas premium dan manfaat kesehatan yang mendukung gaya hidup modern dan sehat. Setiap elemen dalam perancangan, mulai dari visual hingga komunikasi pesan, dirancang untuk memperkuat kesan bahwa kecantikan sejati berasal dari keseimbangan antara estetika dan kesehatan, sejalan dengan filosofi "Yusen".

Selain itu, dalam perancangan karya *product profile* yang mencakup poster, flyer, *point of sales* dan video, pendekatan sistematis diperlukan untuk memastikan setiap elemen desain tidak hanya menarik secara visual tetapi juga informatif dan efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan. Terdapat langkah-langkah seperti analisis kebutuhan, perencanaan, dan eksekusi yang terstruktur, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang optimal.

### **3.1.2.2 Poster**

Poster ini bertujuan untuk memperkenalkan Pristine8.6+ Yusen dengan menonjolkan kemasan kaca sebagai elemen utama yang menggambarkan cantik dan premium. Desain poster akan memfokuskan pada botol kaca Pristine8.6+ Yusen yang dikelilingi dengan elemen visual yang mencerminkan kualitas dan kemewahan, seperti pencahayaan yang menonjolkan transparansi dan kilau dari botol kaca. Di samping itu, poster juga akan menggabungkan pesan tentang kesehatan dan bagaimana Pristine8.6+ Yusen dapat mendukung gaya hidup sehat.

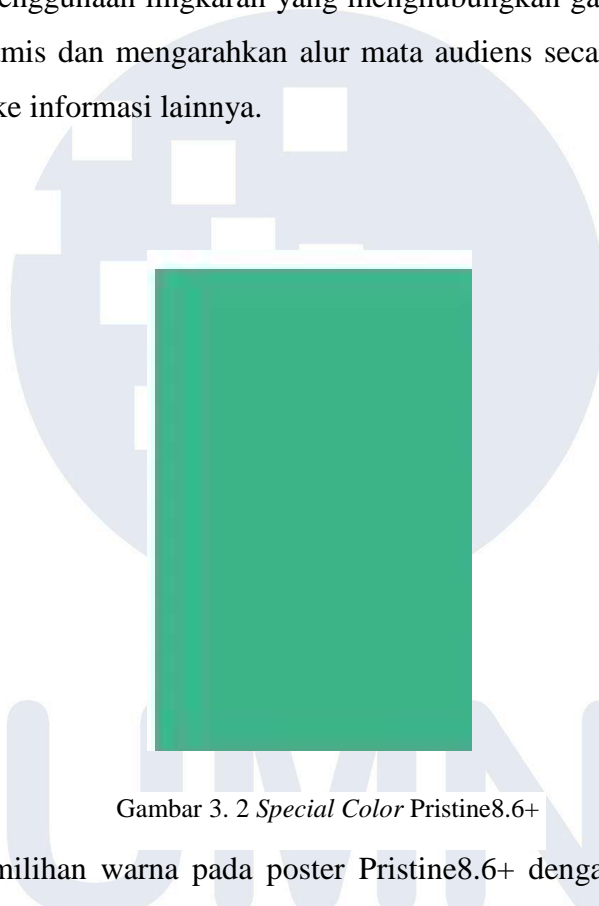
Dalam metode perancangan karya poster, *design brief* dibutuhkan untuk memberikan panduan yang jelas tentang tujuan dan konsep yang harus diikuti oleh desainer.

**Tabel 3. 2 Design Brief Poster Pristine8.6+ Yusen**

<b>Design Brief</b>	<b>Keterangan</b>
Ukuran	A3 (29,7 cm x 42 cm)
Warna	Latar belakang putih dengan aksen hijau Pristine8.6+ (#3EB489)
Headline	Lebih Baik dengan Pristine8.6+
Font	Heavitas
Elemen Utama	Pristine8.6+ Yusen
Elemen Pendamping	3 logo kebaikan Pristine dan 3 elemen yang menjelaskan manfaat botol kaca Pristine8.6+ Yusen.
Konsep	Di tengah poster, gambar botol Pristine8.6+ Yusen ditempatkan sebagai fokus utama, dikelilingi oleh tiga gambar kecil berbentuk lingkaran di sebelah kiri yang masing-masing mewakili tiga keunggulan utama. Di sebelah kanan terdapat tiga keunggulan menggunakan botol kemasan kaca dengan disertakan ornamen yang menggambarkan penjelasan tersebut. Keenam gambar ini dihubungkan dengan lingkaran yang saling terkait, menciptakan kesan visual yang dinamis. Desain keseluruhan mengedepankan kesan modern dengan latar belakang putih dan aksen hijau yang lembut.

Dalam pembuatan Poster, *design brief* juga memperhatikan prinsip komunikasi visual yang terdiri dari komposisi, warna dan tipografi. Komposisi poster Pristine8.6+ Yusen dirancang dengan memperhatikan keseimbangan visual yang baik agar informasi disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Pusat perhatian poster terletak pada gambar botol Pristine8.6+ Yusen yang besar, yang ditempatkan di tengah sebagai elemen

utama. Di sekeliling botol, terdapat tiga gambar kecil yang menggambarkan keunggulan produk, yang dikelompokkan secara simetris di sebelah kiri. Keunggulan lainnya ditampilkan di sebelah kanan, dengan desain yang saling terhubung menggunakan lingkaran yang mengikat elemen-elemen visual tersebut. Penggunaan lingkaran yang menghubungkan gambar, memberikan kesan dinamis dan mengarahkan alur mata audiens secara efektif dari satu informasi ke informasi lainnya.



Gambar 3. 2 *Special Color* Pristine8.6+

Pemilihan warna pada poster Pristine8.6+ dengan dominasi warna putih sebagai latar belakang yang menciptakan kesan bersih dan segar. Warna putih juga memberikan kesan minimalis yang modern, membiarkan elemen-elemen lain lebih menonjol. Aksent warna hijau yang merupakan *special color* dari Pristine8.6+ digunakan secara konsisten di seluruh poster, baik pada judul, gambar botol, maupun elemen desain lainnya. Warna tersebut dipilih karena melambangkan kesegaran, kesehatan, dan kebersihan, yang sangat sesuai dengan karakteristik dari Pristine8.6+. Kombinasi warna ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga menciptakan suasana yang tenang dan menyegarkan, memperkuat identitas merek.



# HEAVITAS

Gambar 3. 3 *Font* Heavitas

Tipografi memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan dengan tegas dan jelas. Jenis huruf yang digunakan adalah "Heavitas" yang memiliki kesan kuat dan kokoh, sehingga judul "Lebih Baik dengan Pristine 8.6+" menjadi sangat mencolok dan mudah dibaca. Penggunaan ukuran *font* besar untuk judul di bagian atas poster menciptakan kesan visual yang memudahkan audiens untuk segera memahami inti pesan. Selain itu, pemilihan jenis huruf yang tegas juga memberikan kesan profesional dan modern, sesuai dengan karakter merek Pristine8.6+ Yusen yang ingin menunjukkan kualitas dan inovasi. Tipografi dipadukan dengan komposisi dan warna yang harmonis, menciptakan pengalaman visual yang menyenangkan dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

Setelah itu pembuat karya mengadakan diskusi dengan Levina, desainer yang akan membantu mewujudkan ide dan konsep poster ke dalam bentuk visual. Dalam diskusi tersebut, pembuat karya memberikan sketsa desain beserta penjelasan rinci mengenai elemen-elemen yang ingin ditampilkan pada poster. Sketsa tersebut dibuat menggunakan ilustrasi digital.



LEBIH BAIK DENGAN PRISTINE 8.6+  
- keterangan -



Gambar 3. 4 Sketsa Poster Pristine8.6+ Yusen

### 3.1.2.3. Flyer

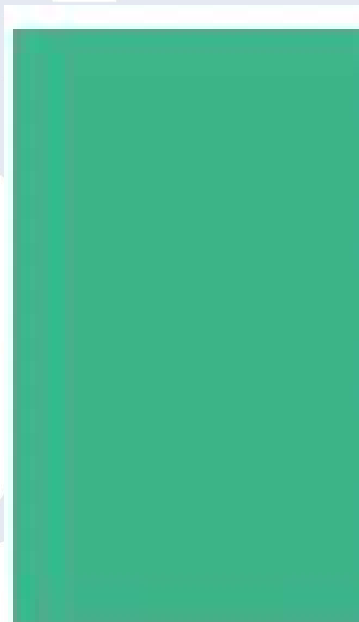
Flyer ini dirancang untuk mempromosikan Pristine8.6+ Yusen melalui visual yang menonjolkan kemasan kaca yang cantik dan premium. Di tengah flyer, botol kaca Pristine8.6+ Yusen akan ditempatkan sebagai pusat perhatian, dikelilingi oleh elemen-elemen budaya Jepang seperti Gunung Fuji, bunga sakura, kembang api, dan kamera, yang menambah kesan elegan dan modern pada produk. Call to action pada flyer ini mengajak audiens

untuk berbagi pengalaman mereka dengan produk ini melalui media sosial, dengan hashtag khusus yang menonjolkan kemasan kaca cantik.

**Tabel 3. 3 Design Brief *Flyer*Pristine8.6+ Yusen**

<b>Design Brief</b>	<b>Keterangan</b>
Ukuran	A5 (148mm x 210mm)
Warna	Latar belakang hijau Pristine8.6+ ( <i>special color</i> ) dan Putih
Headline	Rayakan Tahun Baru dengan Pristine8.6+ Yusen ke Jepang
Font	Heavitas dan Avenir LT 65
Elemen Utama	Pristine8.6+ Yusen
Elemen Pendamping	Kembang api, Gunung Fuji, koper, kamera, bunga sakura dan elemen yang menggambarkan negara Jepang.
Konsep	Memfokuskan produk Pristine8.6+ Yusen di tengah, dikelilingi oleh elemen seperti kembang api, Gunung Fuji, koper, kamera, bunga sakura dan elemen yang menggambarkan negara Jepang. Di bawah visual Pristine8.6+ Yusen terdapat <i>call to action</i> yang mendorong audiens untuk berbagi kreasi mereka di media sosial dengan <i>hashtag</i> khusus seperti menunjukkan bagaimana botol kaca Pristine8.6+ Yusen bisa menjadi barang berharga dalam kehidupan sehari-hari. Peserta juga diminta untuk mengikuti dan menandai @pristine.official serta tiga orang teman untuk berkesempatan memenangkan <i>voucher</i> liburan. Logo ditempatkan apda kanan bawah <i>Flyer</i> .

Dalam pembuatan *Flyer* Pristine8.6+ Yusen, *design brief* juga memperhatikan prinsip komunikasi visual yang terdiri dari komposisi, warna dan tipografi. Komposisi pada flyer Pristine8.6+ Yusen dirancang untuk menciptakan keseimbangan yang menarik dengan menempatkan produk Pristine8.6+ Yusen di tengah sebagai fokus utama. Di sekelilingnya, elemen-elemen visual seperti kembang api, Gunung Fuji, koper, dan bunga sakura menciptakan suasana Tahun Baru yang meriah dan menggambarkan nuansa Jepang. Komposisi elemen ini tidak hanya memberi kesan dinamis, tetapi juga membuat audiens untuk mengikuti informasi dengan alur yang terstruktur sehingga mendukung membantu audiens untuk dengan mudah menangkap pesan utama *Flyer*.



Gambar 3. 5 Special Color Pristine8.6+

Warna latar belakang hijau *special color* dari Pristine8.6+ yang dominan memberikan kesan segar dan ceria, cocok untuk tema perayaan Tahun Baru. Warna hijau *special color* melambangkan kebersihan dan kesegaran, selaras dengan identitas produk Pristine8.6+ Yusen. Aksent putih di bagian atas dan bawah flyer memberikan sentuhan kontras yang lembut. Kombinasi warna ini menciptakan kesan yang meriah namun tetap bersih dan modern, menarik perhatian audiens tanpa terasa berlebihan.



# HEAVITAS

Gambar 3. 6 Font Heavitas



## Avenir 65

Gambar 3. 7 Font Avenir 65

Tipografi yang digunakan pada *flyer* ini menggabungkan dua jenis huruf: "Heavitas" yang tegas untuk judul dan "Avenir LT 65" yang lebih ringan untuk isi teks. Pemilihan font "Heavitas" yang kuat menonjolkan kesan penting pada pesan utama, yaitu promosi liburan ke Jepang, sementara "Avenir LT 65" memberikan kesan modern dan mudah dibaca untuk informasi detail. Ukuran dan jarak antar huruf diatur dengan cermat agar teks dapat dibaca dengan nyaman, memperkuat pesan *flyer* dan memastikan pengalaman visual yang menyenangkan. Tipografi yang dipilih mendukung kesan menarik bagi audiens yang ingin merayakan Tahun Baru bersama Pristine8.6+ Yusen.

Pembuat karya melakukan sesi diskusi dengan Levina, desainer bertugas merealisasikan ide dan konsep *flyer* menjadi visual yang nyata. Dalam diskusi tersebut, pembuat karya menyampaikan sketsa desain yang

telah dibuat menggunakan ilustrasi digital, beserta penjelasan tentang elemen-elemen yang ingin dimasukkan ke dalam flyer.



Gambar 3. 8 Sketsa Flyer Pristine8.6+ Yusen.

#### 3.1.2.4. Point of Sales

Rack display akan difokuskan pada kemasan kaca Pristine8.6+ Yusen yang cantik sebagai simbol dari keindahan dan kualitas premium. Desain rak display akan memperlihatkan kemasan botol yang elegan dengan pencahayaan yang menonjolkan kilau dari botol kaca. Pesan yang disampaikan pada display ini akan menekankan bahwa Pristine8.6+ Yusen adalah produk yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga terlihat indah,

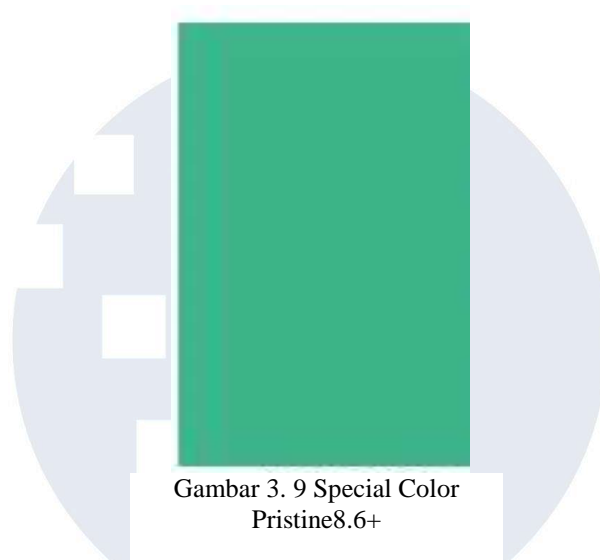
menjadikannya pilihan tepat bagi konsumen yang peduli dengan estetika dan kesehatan.

**Tabel 3. 4 Design Brief rack display**

Design Brief	Keterangan
Ukuran	20 cm (panjang) x 30 cm (lebar) x 35 cm (tinggi)
Warna	Transparan dan Warna Hijau ( <i>special color</i> )
Bahan	Akrilik
Elemen	Logo Pristine dan 3 kebaikan Pristine.
Konsep	Desain <i>rack display</i> Pristine8.6+ Yusen berbentuk persegi panjang (20 cm x 30 cm x 35 cm) dengan potongan diagonal di tengah untuk menampung tiga botol kaca Pristine Yusen 480 ml secara miring. Di bagian depan dan samping, terdapat headline "Pristine 8.6+", sementara di atas ada tulisan dan elemen "Tiga Kebaikan Pristine". Ornamen bergelombang menghiasi pinggiran atas kiri dan belakang yang menonjolkan logo serta informasi produk. Desain ini mengutamakan kemudahan akses dan tampilan visual yang menarik di meja kasir.

Komposisi dalam desain *rack display* Pristine8.6+ Yusen diatur secara strategis untuk menciptakan tampilan yang seimbang dan menarik perhatian. Dengan bentuk persegi panjang (20 cm x 30 cm x 35 cm) dan kedalaman lubang botol 1,5cm, komposisi ini memanfaatkan potongan diagonal di tengah untuk menampilkan tiga botol Pristine8.6+ Yusen 480 ml secara miring, memberikan kesan dinamis. Elemen-elemen utama seperti *headline*, tulisan manfaat, dan ornamen bergelombang disusun secara proporsional, memastikan produk tetap menjadi fokus utama. Penggunaan ruang kosong di sekitar elemen-elemen tersebut juga membantu menciptakan

kesan elegan dan memudahkan audiens dalam mengakses informasi yang disajikan.



Warna memainkan peran penting dalam menciptakan suasana dan mendukung identitas merek Pristine8.6+. Dominasi warna transparan pada material akrilik memberikan kesan elegan, bersih, dan modern, sementara aksent warna hijau *special color* Pristine8.6+ menciptakan konsistensi dengan citra merek yang sehat dan segar. Kombinasi warna ini juga memperkuat pesan kesehatan, hidrasi, dan kualitas tinggi dari produk. Pemilihan warna antara transparansi dan aksent hijau *special color* Pristine8.6+ tidak hanya menambah daya tarik visual tetapi juga mendukung pesan yang ingin disampaikan.

Tipografi dalam desain ini dipilih untuk meningkatkan keterbacaan dan memperkuat pesan produk. Di bagian atas, terdapat logo dari "Tiga Kebajikan Pristine". Jarak antar huruf dan spasi antar baris disesuaikan dengan proporsi elemen visual lainnya untuk memastikan keterbacaan yang optimal sehingga memperkuat pengalaman visual keseluruhan dan memudahkan audiens dalam menyerap informasi.





dihasilkan stabil. Berikut adalah elemen-elemen dalam pra-produksi:

**Tabel 3. 5 Elemen Pra Produksi Video**

<b>Video</b>	<b>Storyboard</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Properti</b>
Video "Get Ready With Me: Weekend Edition"	<i>Talent</i> yang bersiap-siap menghabiskan akhir pekan dengan teman-temannya. Diawali dengan proses makeup yang menyoroti bahwa penggunaan <i>skincare</i> saja tidak cukup namun pentingnya menjaga kualitas kulit dengan Pristine8.6+ Yusen dan mengingatkan untuk selalu membawa Pristine8.6+ Yusen setiap ingin beraktivitas.	Menunjukkan bahwa kecantikan tidak hanya berasal dari <i>skincare</i> , tetapi juga dari hidrasi yang mendukung kesehatan kulit, menghubungkan konsep "Yusen" sebagai kecantikan, baik dari luar maupun dalam.	Kamar Tidur khususnya meja rias.	Alat makeup, kaca rias, <i>outfit stylish</i> , dan Pristine8.6 + Yusen.
Video "Nikmati Makanan Tanpa Khawatir:	<i>Talent</i> yang gemar menikmati makanan berminyak, namun sering mengalami keluhan pencernaan	Menjelaskan bagaimana Pristine8.6+ Yusen, dengan manfaat pH		Jenis makanan berminyak dan <i>fastfood</i>

<b>Video</b>	<b>Storyboard</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Properti</b>
Manfaat Air Minum pH Tinggi"	setelah memakan makanan berminyak sehingga <i>Talent</i> membutuhkan Pristine8.6+ Yusen untuk menetralkan asam dalam tubuh. Setiap adegan dibuat dalam bentuk visual grafik bergerak untuk menggambarkan alur cerita.	tinggi, mendukung pencernaan dan kesehatan tubuh, yang berkontribusi pada kecantikan sejati, sesuai dengan arti "Yusen" yang cantik.		seperti nasi padang, gorengan, burger.
Video "A Day in My Life: Selalu Pristine di Setiap Aktivitas"	<i>Talent</i> melakukan rutinitas sehari-hari yang selalu menggunakan Pristine8.6+ Yusen, mulai dari bangun tidur, bekerja, bersosialisasi, dan kembali tidur menunjukkan bahwa hidrasi tetap penting dalam setiap aktivitas.	Menggambarkan pentingnya hidrasi dalam rutinitas harian untuk mendukung kesehatan tubuh dan penampilan yang cantik, mencerminkan konsep "Yusen" yang berarti kecantikan yang sehat dan terjaga.	Kamar tidur, Kantor, <i>CafeTuku</i>	<i>Handphone</i> , Laptop, Pristine8.6 + Yusen.

## B. Produksi

Pada tahap produksi, penting untuk membagi peran dengan jelas agar karya dapat berjalan efisien. Pembagian peran ini bertujuan untuk memastikan produksi berjalan lancar dan sesuai rencana.

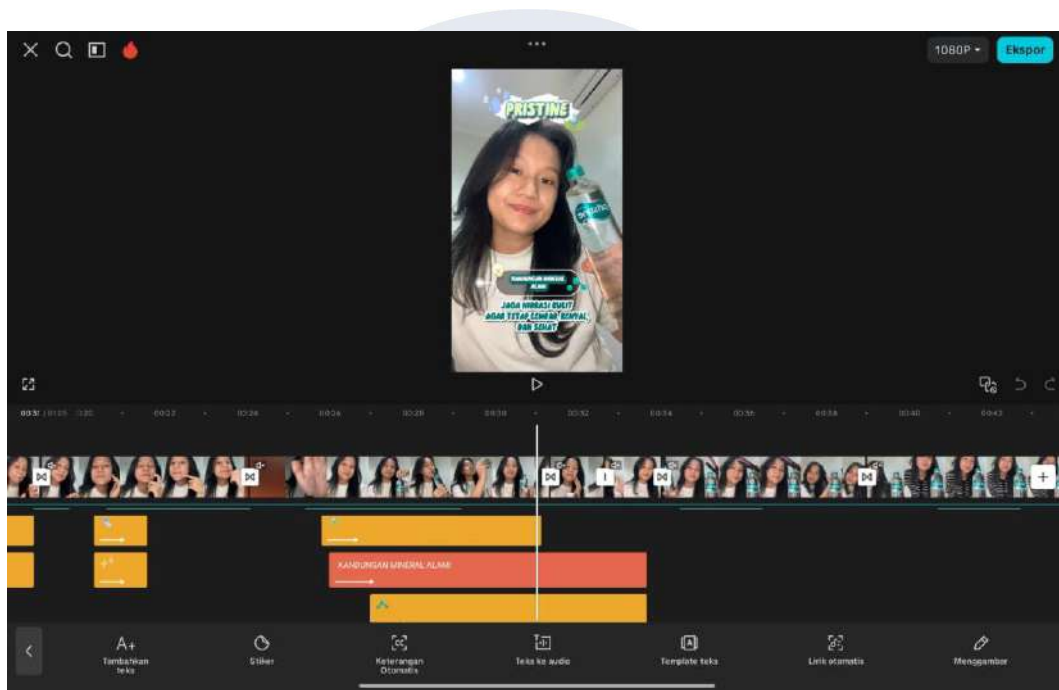
Tabel 3. 6 Peran Kru Produksi Video

Nama	Tugas	Deskripsi Tugas
Josephine Laura	Produser, Sutradara, Penulis Skenario dan <i>Talent</i> utama.	Mengelola anggaran, merancang alur cerita, dan memerankan karakter utama dalam video tersebut.
Silvester Edward	Editor dan kru kamera	Menyusun <i>footage</i> serta mengoperasikan kamera untuk memastikan kualitas visual sesuai <i>storyline</i> .
Levina Triana	<i>Makeup artist</i> dan <i>Talent</i> pendamping.	Menciptakan penampilan yang mendukung karakter dan tema video dan memerankan karakter pendamping

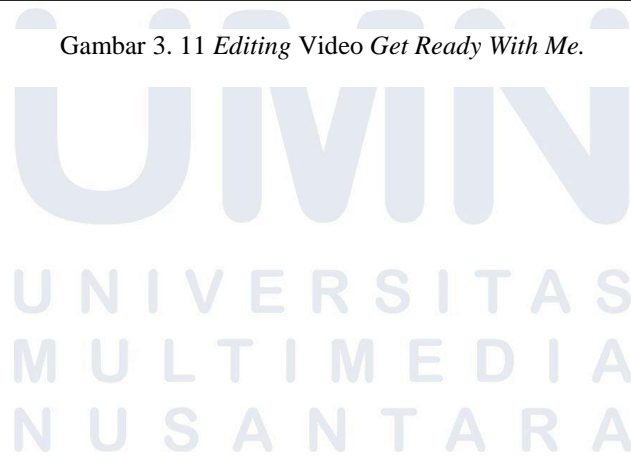
## C. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, editor video melakukan penyuntingan terhadap setiap adegan yang telah diambil selama proses produksi. Editor menyusun adegan dan menambahkan elemen audio serta visual yang sesuai dengan

konsep perencanaan awal. Dalam tahap pasca produksi, editor menggunakan perangkat MacBook Air dan menggunakan aplikasi pengeditan video CapCut Pro untuk efisiensi dalam menyunting secara cepat dan kreatif sesuai kebutuhan karya.

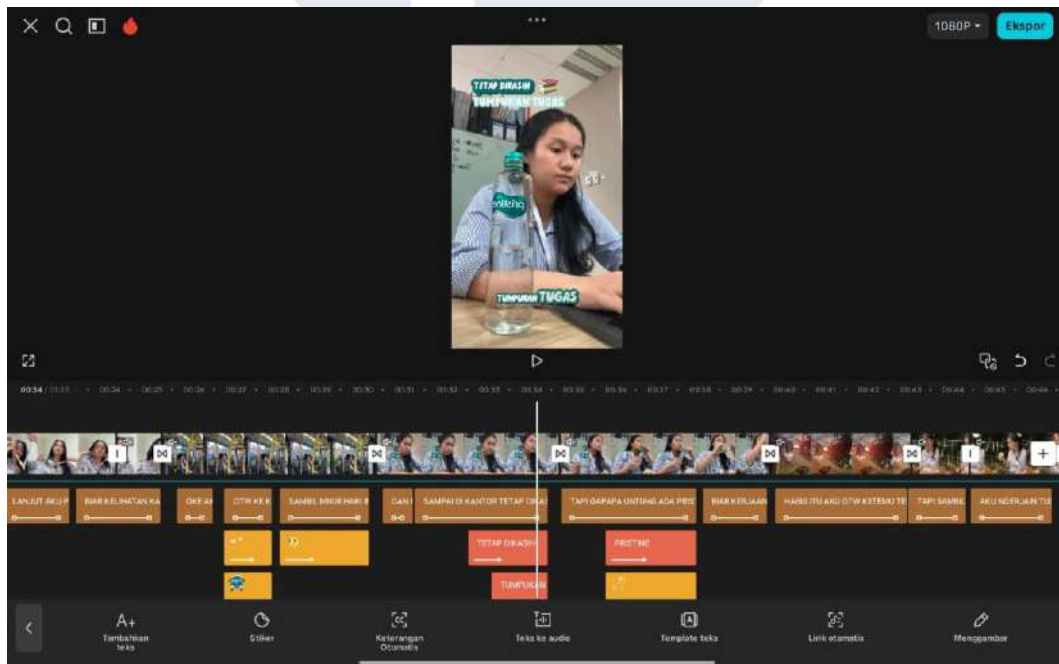


Gambar 3. 11 *Editing Video Get Ready With Me.*





Gambar 3. 12 *Editing Video Edukasi*



Gambar 3. 13 *Editing Video a day in my life*

### 3.2. Rencana Anggaran

Tabel 3. 7 Anggaran Pembuatan Video

Kategori	Deskripsi	Qty	Harga	Total
<b>Property</b>				
Makanan <i>fastfood</i>	Paket Ayam	1	Rp45.000	Rp45.000
	Paket Burger	1	Rp52.000	Rp52.000
Nasi Padang		1	Rp40.000	Rp40.000
Pizza		1	Rp75.000	Rp75.000
Cafe NOB	Kopi Latte	2	Rp40.000	Rp80.000
	Snack Platter	1	Rp65.000	Rp65.000
Ringlight		1	Rp45.000	Rp45.000
<b>Total</b>				<b>Rp402.000</b>
<b>Kru Video</b>				
Editor	Silvester Edward	1	Rp150.000	Rp150.000
<i>Makeup &amp; Talent</i> Pendamping	Levina Triana	1	Rp150.000	Rp150.000
<b>Total</b>				<b>Rp300.000</b>
<b>Operational</b>				
Makan Siang		3	Rp50.000	Rp150.000
Makan Malam		3	Rp50.000	Rp150.000
Transportasi	Bensin		Rp300.000	Rp300.000
Jasa Editing Video		1	Rp350.000	Rp350.000
Dana Darurat			Rp350.000	Rp350.000
<b>Total</b>				<b>Rp1.300.000</b>
<b>Grand Total</b>				<b>Rp2.002.000</b>



**Tabel 3. 8 Anggaran Pembuatan Poster Flyer dan Point of Sales**

<b>Kategori</b>	<b>Qty</b>	<b>Harga</b>	<b>Total</b>
Pencetakan Poster A3	2	Rp15.000	Rp30.000
Pencetakan Flyer A5	10	Rp3.000	Rp30.000
Pembuatan <i>Point of Sales</i> Pristine Yusen	1	Rp600.000	Rp600.000
Jasa Desain Grafis	1	Rp350.000	Rp350.000
<b>Grand Total</b>			<b>Rp1.040.000</b>

### **3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI**

*Point of sales* dan Poster akan tersedia di Gallery Sinarmas Plaza, Thamrin yang merupakan minimarket milik Sinar Mas dengan menjual berbagai produk UMKM binaan Sinarmas dan berbagai produk milik Sinarmas. *Flyer* tidak dipublikasikan dan hanya untuk keperluan penulisan. Video promosi akan dipublikasikan di Instagram milik penulis @josephine.laura.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA