

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Terdapat beberapa tahap dalam pengumpulan data, tahap tersebut adalah :

##### **3.1.1. Metode Pengumpulan Data**

Dalam perancangan karya video profile ini dilakukan metode pengumpulan data dengan survei dan observasi dari *brand-brand* yang pernah melakukan launching produk, serta melakukan wawancara beberapa staf dalam proses pembuatan produk baru dari Beliberlian.id.

Menurut Anas Sudijono wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan keterangan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab lisan secara sepihak, berhadapan muka, dan memiliki tujuan tertentu. Tujuan utama dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi.

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

Pada tahap pembuatan video *product profile* ini terbagi menjadi tiga bagian tahapan produksi, yaitu Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Ketiga tahap ini memiliki peran penting dalam setiap pembuatan video *product profile*.

###### **3.1.2.1 Pra-Produksi**

Pada tahap ini perencanaan mengenai tema, research, diskusi, penentuan topik, pembuatan naskah, dan storyboard untuk keperluan video profile dilaksanakan, dan pembuatan Rencana kerja.

Pada peluncuran produk kali ini beliberlian.id mengusung tema elegan dengan judul “LUXE” untuk mempromosikan produk mereka, yang di mana hal ini juga sesuai dengan *image* berlian yang elegan. Setelah menentukan tema, dilakukan pembuatan *storyline* kemudian *research* untuk referensi video dari perusahaan perhiasan serupa berupa video 4 menit dan video satu menit, selain itu dilakukan juga riset referensi untuk brosur, poster, dan *Point of Purchase* yang sesuai dengan tema yang sudah ditentukan. Setelah mencari referensi, dilakukan diskusi dengan supervisor mengenai konsep untuk video dan mulai membuat naskah untuk video dan juga pembuatan storyboard.

Tahap pertama dalam proses pra produksi adalah pembuatan *storyline*. Pembuatan *storyline* ini sangat penting, karena *storyline* berperan sebagai panduan selama proses produksi. Tujuan dari adanya *storyline* ini adalah sebagai acuan dalam adegan di video. *Storyline* dari video product profile ini adalah :

Kami mengajak penonton untuk memasuki dunia kemewahan yang tak lekang oleh waktu. Dimulai dengan talent dengan pemandangan dan visual berlian yang indah, setiap berlian baik cincin, kalung, gelang, maupun anting diperlihatkan dengan memukau. Berbagai momen dalam video menonjolkan bagaimana berlian bisa menjadi bagian dari kehidupan yang effortless, menghadirkan kemewahan dalam kehangatan keseharian. Kamera mengarah pada perhiasan, menyorot bagaimana berlian yang sederhana namun berkelas ini mampu menambahkan kilau pada aktivitas sehari-hari.

Setelah pembuatan *storyline* tahap selanjutnya dilakukan pembuatan *script*. *Script* terdiri dari teks, lokasi, dan juga properti. Berikut *script* video LUXE :

Scene	Adegan	Dialog	Lokasi	Properti
1	Opening Logo dan Pemandangan	Backsound Musik	Taman Restaurant	Cincin, Kalung
2	Mengambil Perhiasan	In a world every moment counts, elegance is timeless	Meja Restaurant	Tas belanja, Makanan
3	Meletakkan kotak perhiasan	Every diamond has a story. Every piece has a legacy. Celebrate love, cherish moments, and adorn yourself with the epitome of luxury.	Meja Restaurant	Kotak Perhiasan, Makanan di ujung sebagai pelengkap
4	Membuka kotak perhiasan	Introducing our new collection, LUXE. A masterpiece of timeless beauty.	Meja Restaurant	Kotak perhiasan, Kalung
5	Collage video kotak kalung, membuka kotak kalung, dan memasang kalung	Backsound Musik	Restaurant	Kotak Perhiasan, Kalung
6	Beauty Shot kalung di dalam kotak	Backsound Musik	Meja Restaurant	Kotak Perhiasan, Kalung
7	Shot kalung dan cincin dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Kalung, Cincin
8	Shot model berkaca di <i>handphone</i> melihat kalung yang dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Kalung, <i>Handphone</i>
9	Shot kalung dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Kalung
10	Shot suasana restaurant dengan perhiasan yang sedang dipakai, dan talent sedang meminum minuman	Backsound Musik	Restaurant	Tas Belanja, Makanan, Minuman, Cincin
11	Collage video menunjukkan kotak cincin kemudian membuka kotak cincin	Backsound Musik	Restaurant	Kotak Cincin, Cincin

12	Collage video menunjukkan cincin yang sedang dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Cincin
13	Shot video fokus pada cincin dan tangan memainkan air	Backsound Musik	Kolam	Cincin
14	Close Up shot cincin dan tangan bermain dengan minuman	Backsound Musik	Meja Restaurant	Gelas Minuman, Cincin
15	Fokus pada cincin yang akan dipasangkan di jari	Backsound Musik	Restaurant	Cincin
16	Beauty shot cincin	Backsound Musik	Meja Restaurant	Cincin
17	Closing logo dengan background memainkan cincin dan kalung yang sedang dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Kalung, Cincin

Tabel 3. 1 Script Video

No	Adegan	Dialog	Lokasi	Properti
1	Logo Opening dan Pemandangan	Backsound Musik	Restaurant	Cincin, Kalung
2	Shot fokus pada cincin di tangan yang sedang bermain air	Backsound Musik	Kolam	Cincin
3	Memainkan rambut kemudian menunjukkan cincin	Backsound Musik	Restaurant	Cincin
4	Shot model berkaca di <i>handphone</i> melihat kalung yang dipakai	Backsound Musik	Restaurant	Kalung, <i>Handphone</i>
5	Memperlihatkan cincin dengan memegang gelas minuman	Backsound Musik	Restaurant	Cincin
6	Talent minum sambil menunjukkan cincin dengan medium shot yang memperlihatkan sekitar	Backsound Musik	Restaurant	Cincin, Minuman, Makanan, Tas Belanja
7	Menuangkan saus ke makanan dan memotong	Backsound Musik	Restaurant	Cincin, Makanan

	makanan namun fokus tetap pada cincin			
8	Talent memakan makanan dan fokus tetap pada cincin	Backsound Musik	Restaurant	Cincin, Makanan, Garpu
9	Beauty shot kalung dan cincin	Backsound Musik	Restaurant	Kalung, Cincin
10	Closing video dengan tulisan coming soon dan logo	Backsound Musik		

Tabel 3. 2 Script Teaser

No	Adegan	Dialog	Lokasi	Properti
1	Opening logo dan teks "Let's Unboxing With Me"	Backsound Musik		
2	Meletakkan tas belanja	Backsound Musik	Meja Restaurant	Tas Belanja, Kotak perhiasan
3	Mengeluarkan kotak perhiasan dari tas belanja	Backsound Musik	Meja Restaurant	Tas Belanja, Kotak perhiasan
4	Membuka kotak perhiasan kalung	Backsound Musik	Meja Restaurant	Kotak Perhiasan, Kalung
5	Membuka kotak cincin dan zoom in	Backsound Musik	Meja Restaurant	Kotak Perhiasan, Cincin
6	Membuka kotak anting-anting	Backsound Musik	Meja Restaurant	Kotak Perhiasan, Anting-anting
7	Memasangkan cincin pada jari	Backsound Musik	Restaurant	Cincin
8	Mengambil sedotan minuman dengan fokus pada cincin	Backsound Musik	Meja Restaurant	Cincin, Minuman
9	Beauty shot cincin	Backsound Musik	Meja Restaurant	4 Cincin

10	Talent memakai kalung	Backsound Musik	Restaurant	Kalung
11	Closing dengan mengambil tas dari meja dan logo	Backsound Musik	Meja Restaurant	Tas Belanja

Tabel 3. 3 Script Unboxing

No	Adegan	Dialog	Lokasi	Properti
1	Perhiasan Cincin, Kalung, Gelang, dan Anting bergerak ke samping secara perlahan. Terdapat dua sisi yaitu atas dan bawah dengan memperlihatkan perhiasan yang berbeda.	Backsound Musik		Cincin, Kalung, Gelang, Anting

Tabel 3. 4 Script Video Product Highlight

Setelah pembuatan *script*, dilakukan tahap berikutnya yaitu mencari referensi dari beberapa perusahaan perhiasan lainnya, misalnya seperti Diamond & Co atau Juene Jewelry. Referensi yang dicari tidak hanya untuk video melainkan untuk collateral seperti brosur, poster, dan juga *Point of Purchase*.



Gambar 3. 1 Contoh Referensi Brosur

Sumber : Instagram Beliberlian.id



Gambar 3. 2 Contoh Referensi Poster

Sumber : Instagram juene.jewelry



Gambar 3. 3 Contoh Referensi Point of Purchase

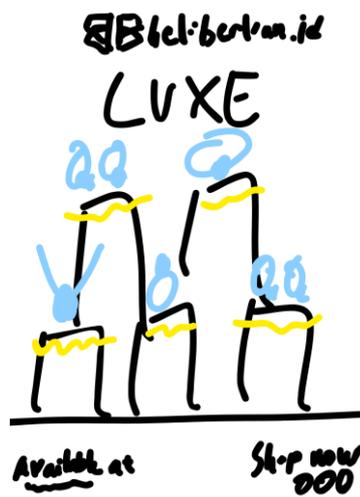
Sumber : brilaprint

Ketiga gambar diatas merupakan contoh referensi untuk brosur, poster, dan juga *Point of Purchase*, di mana referensi dan contoh ini akan menjadi pedoman baik dari segi desain dan juga isi, yang nantinya akan disesuaikan dengan kebutuhan produk. Setelah mencari referensi yang sesuai, langkah selanjutnya adalah membuat sketsa dan moodboard yang diinginkan untuk video dan juga poster, brosur, beserta *Point of purchase*.



Gambar 3. 4 Sketsa Poster

Sumber : Data Primer



Gambar 3. 5 Sketsa Brosur

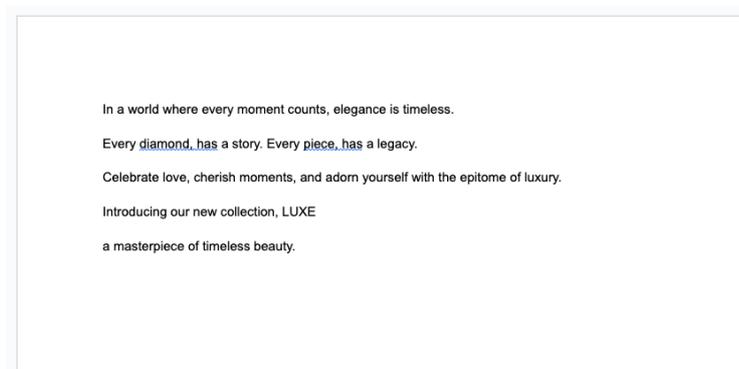
Sumber : Data Primer



Gambar 3. 6 Sketsa Point of Purchase

Sumber : Data Primer

Ketiga gambar diatas merupakan sketsa untuk poster, brosur, dan juga *Point of purchase* yang akan menjadi pedoman dan bantuan dalam proses desain ketiga collateral tersebut.

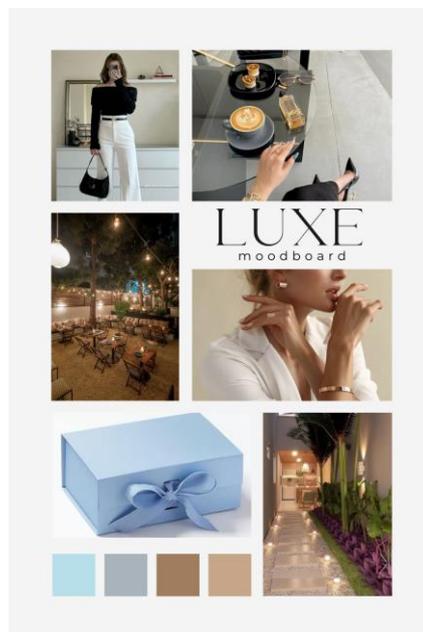


Gambar 3. 7 Copywriting Video

Sumber : Data Primer

Gambar di atas merupakan hasil *copywriting* untuk *story* pada video product profile yang akan dibuat. *Copywriting* ini berisi tentang deskripsi produk yang sesuai dengan tema yang sudah ditentukan.

Setelah membuat *Copywriting*, penulis melakukan *survey* langsung ke lokasi syuting untuk membuat *storyboard* yang akan memudahkan *videographer* dalam proses syuting, dan *survey* ini juga berguna untuk kemudahan dan kelancaran pada saat syuting. Selain itu penulis juga membuat sketsa dan *moodboard* untuk kemudahan selama proses syuting *product profile*.



*Gambar 3. 8 Moodboard LUXE*

*Sumber : Data Primer*

Setelah *moodboard* dan sketsa *collateral* dibuat, selanjutnya penulis membuat sketsa dan *moodboard* untuk video-video.

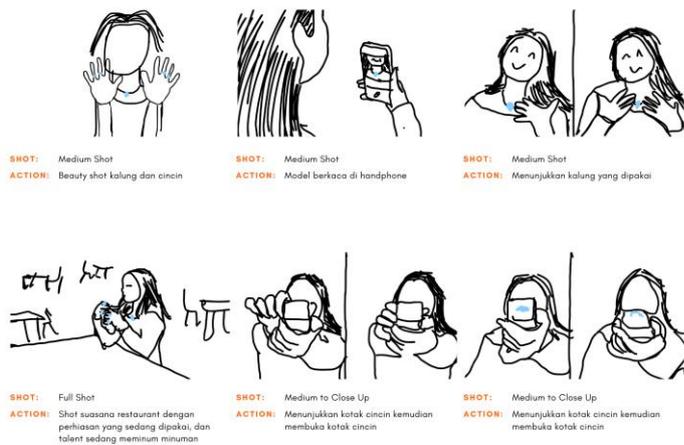
PROJECT NAME: LUXE



Gambar 3. 9 Storyboard Video LUXE

Sumber : Data Primer

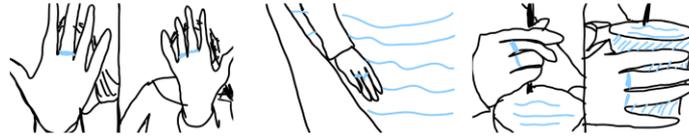
PROJECT NAME: LUXE



Gambar 3. 10 Storyboard Video LUXE

Sumber : Data Primer

PROJECT NAME: LUXE



SHOT: Close Up  
ACTION: Model menunjukkan cincin yang sedang dipakai

SHOT: Close Up  
ACTION: Model memainkan air dengan cincin

SHOT: Close up  
ACTION: Close up perhiasan



SHOT: Close up  
ACTION: Memakai cincin

SHOT: Medium to Close Up  
ACTION: Beauty shot cincin

SHOT: Motion  
ACTION: Closing logo

Gambar 3. 11 Storyboard Video LUXE

Sumber : Data Primer

PROJECT NAME: LUXE teaser



SHOT: Motion  
ACTION: Menurunkan logo opening

SHOT: Full Shot  
ACTION: Model berjalan mendekati

SHOT: Close up  
ACTION: Model memainkan air dengan cincin



SHOT: Medium shot  
ACTION: Memainkan rambut kemudian menurunkan cincin

SHOT: Medium shot  
ACTION: Model berkaca di handphone

SHOT: Close up  
ACTION: Close up perhiasan

Gambar 3. 12 Storyboard Teaser

Sumber : Data Primer

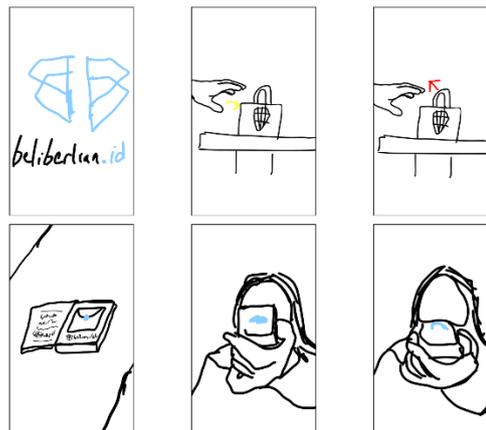
PROJECT NAME: LUXE



Gambar 3. 13 Storyboard Teaser

Sumber : Data Primer

PROJECT NAME: LUXE unboxing



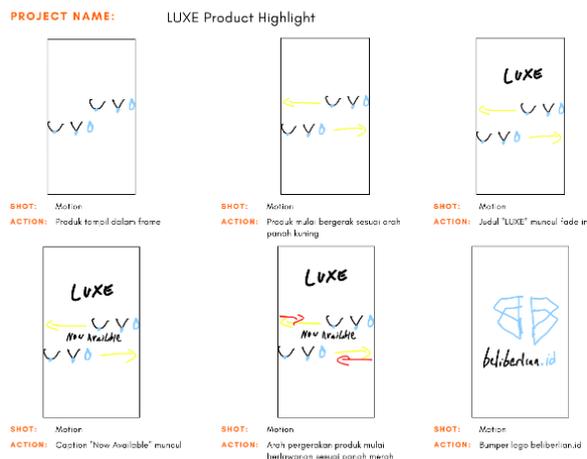
Gambar 3. 14 Storyboard Video Unboxing

Sumber : Data Primer



Gambar 3. 15 Storyboard Video Unboxing

Sumber : Data Primer



Gambar 3. 16 Storyboard Product Highlight

Sumber : Data Primer

Gambar-gambar di atas merupakan sketsa dan juga *moodboard* untuk video-video yang akan diproduksi. Setelah pembuatan sketsa dan *moodboard* video penulis selanjutnya membuat premis. Terdapat premis sebelum pembuatan video produk untuk memudahkan dalam merancang video. Premis tersebut adalah :

Di dunia ini, ada sesuatu yang lebih berharga dari sekadar waktu yaitu momen-momen istimewa yang kita ciptakan dan bagaimana kita merasakannya. "Luxe" adalah definisi baru dari keanggunan yang menonjolkan kemewahan dalam kesederhanaan, dengan setiap detail dirancang untuk memberikan pengalaman yang tiada tanding. Dalam video, kami ingin mengundang penonton untuk merasakan aura kemewahan yang tidak hanya terlihat, tetapi juga terasa. Dimulai dengan adegan yang memperlihatkan detail perhiasan disertai dengan visual yang memukau. Setiap elemen menyorot bagaimana produk ini bukan hanya sebuah barang, tetapi pernyataan kelas, kenyamanan, dan kesempurnaan. Video ini akan mengedepankan nilai keanggunan yang menyeluruh, mengajak konsumen untuk merasa terhubung dengan sebuah pengalaman yang mewah dan elegan, bukan hanya sebuah produk.

Selain premis, sinopsis juga diperlukan dalam tahap ini untuk memudahkan dalam merancang pembuatan video. Sinopsisnya adalah :

Di dunia yang penuh dengan pilihan dan kebisingan, *Luxe* hadir sebagai simbol kemewahan yang tak hanya terlihat, tapi juga terasa. Video ini membawa penonton dalam sebuah perjalanan visual yang menyoroti keanggunan produk *Luxe*, sebuah karya desain yang mengutamakan detail, kualitas, dan keindahan dalam setiap sisi.

Dimulai dengan karakter utama berjalan, suasana elegan dan tenang terasa melalui pencahayaan lembut yang mengundang rasa penasaran. Kamera dengan lembut menyusuri produk *Luxe*, menyorot setiap tekstur dan elemen yang membangkitkan perasaan kemewahan yang luar biasa. Setiap gerakan dan momen dalam video menggambarkan bagaimana *Luxe* bukan sekadar produk, melainkan sebuah pengalaman yang mengubah cara kita merasakan kecantikan dan keanggunan dalam hidup sehari-hari. Desain minimalis dan modern dari produk ini berpadu sempurna dengan lingkungan sekitarnya

yang bernuansa mewah, menciptakan kesan yang mendalam tentang kualitas dan prestise.

Dengan musik yang lembut namun menggugah semangat, video ini membawa penonton untuk merasakan kemewahan yang lebih dari sekadar penampilan *Luxe* adalah tentang menciptakan momen istimewa yang tak ternilai, yang mengubah cara kita melihat dunia dan diri kita sendiri.

Setelah membuat premis dan sinopsis, penulis selanjutnya membuat *Shot List* untuk video.

**Shotlist**

Shot	Jenis Shot	Lokasi	Deskripsi	Subjek
Shot 1	Wide Shot	Ruangan terbuka dengan beberapa tanaman	Logo, Judul, kemudian model berjalan mendekati kamera	Model
Shot 2	Wide Shot	Restoran	Mengeluarkan beberapa perhiasan dari tas dan membuka kotak perhiasan	Model dan Tas
Shot 3	Medium Shot	Restoran	Membuka kotak perhiasan, menunjukkan perhiasan kalung, dan menggunakan perhiasan	Model dan Perhiasan
Shot 4	Wide Shot	Restoran	Memperlihatkan model yang sedang bersantai dengan tas perhiasan di sampingnya	Model
Shot 5	Medium Shot	Restoran	Membuka kotak perhiasan, menunjukkan perhiasan cincin, dan menggunakan perhiasan	Model dan Perhiasan
Shot 6	Medium Shot	Kolam Ikan	Tangan model bermain air	Model
Shot 7	Close Shot	Restoran	Tangan model memegang minuman dan fokus kamera pada cincin	Model dan Minuman
Shot 8	Medium Shot	Restoran	Closing logo dan judul	Model

Gambar 3. 17 Shot List Video LUXE

Sumber : Data Primer

Gambar diatas merupakan *Shot list* yang akan digunakan untuk proses pembuatan video LUXE, selain itu ada juga premis dan sinopsis yang menjadi pendukung dalam mempermudah proses produksi video.

### 3.1.2.2 Produksi

Proses produksi dilaksanakan pada bulan November setelah seluruh topik, naskah, dan *storyboard* selesai dibuat. Pembuatan video dilakukan dengan mengambil cuplikan produk yang akan di *launching*, serta pembuatan poster dan brosur dilakukan sebelum pembuatan video berjalan.



Gambar 3. 18 Pembuatan Brosur Sebelum Final

Sumber : Data Primer



Gambar 3. 19 Pembuatan Poster Sebelum Final

Sumber : Data Primer

Kedua gambar di atas merupakan hasil pembuatan brosur dan poster saat pertama kali dibuat. Poster dan brosur ini kemudian diberikan kepada tim design untuk ditinjau lebih lanjut jika ada yang kurang dan apa yang harus diperbaiki.



Gambar 3. 20 Hasil Poster Final

Sumber : Data Primer



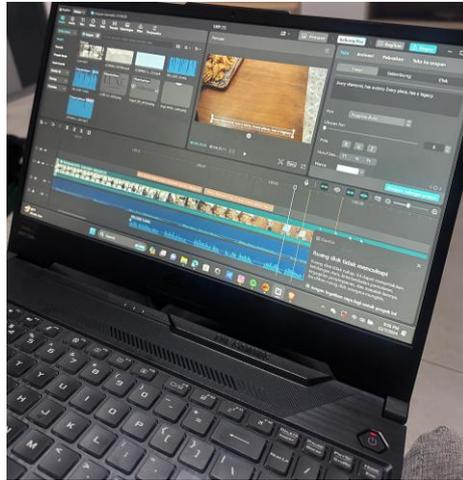
Gambar 3. 21 Hasil Brosur Final

Sumber : Data Primer

Kedua gambar di atas merupakan hasil final dari brosur dan poster yang sudah disetujui oleh tim *design*. Poster akan diunggah di sosial media Beliberlian.id dan brosur akan diunggah di sosial media serta dicetak untuk diletakkan di store Beliberlian.id.



melakukan pemotongan rekaman bila diperlukan dan menggabungkan video yang sudah dipotong dan juga diberi efek yang sesuai dengan tema.



Gambar 3. 23 Proses Editing Video

Sumber : Data Primer

Gambar diatas merupakan proses *editing* setelah pengambilan video. *Editing* video dilakukan sebanyak 3 kali untuk video empat menit dan dua video satu menit.

### 3.1.2.3 Pasca Produksi

Setelah proses *editing* dan seluruh proses produksi telah terlaksana, poster, video *teaser*, video LUXE, video *unboxing*, dan video *product highlight* siap untuk dipublikasikan, brosur juga siap untuk dicetak dan dipajang di *store* Bali.



Gambar 3. 24 Brosur yang Sudah Dipajang

Sumber : Data Primer



Gambar 3. 25 Video LUXE yang Sudah di Unggah

Sumber : Instagram Beliberlian.id

Gambar di atas merupakan brosur yang sudah dicetak dan dipajang di *offline store* di Bali. Setelah seluruh video dan *collateral* di publikasi,

Judul Pembuatan *Product Profile* Perhiasan dari Beliberlianid.bali, Stephani Rucita, Universitas Multimedia Nusantara

dicetak, dan dipajang dilakukan proses evaluasi melalui Google Form yang disebarakan secara *online*.

### 3.1.2.4 *Point of Purchase*

*Point of Purchase* yang digunakan dalam skripsi berbasis karya ini adalah *Tent Card*, *Tent Card* akan diletakkan di toko offline *beliberian.id* diatas meja kaca tempat perhiasan.



Gambar 3. 26 Hasil *Point of Purchase*

Sumber : *Data Primer*



Gambar 3. 27 *Point of Purchase* yang Sudah dipajang

Sumber : *Data Primer*

### 3.2. Rencana Anggaran

Rencana anggaran ini dibuat untuk mengetahui kisaran budget yang diperlukan untuk mendanai proses pembuatan karya. Tabel anggaran produksi dalam pembuatan karya terbagi menjadi tiga yaitu anggaran untuk *Pre-Production*, *Production*, dan *Post Production*.

Berikut adalah tabel anggaran untuk *Pre-production* :

No	Keterangan	Harga Satuan	Jumlah	Total
1	Canva Pro	Rp95.000	1	Rp95.000
2	Capcut Pro	Rp65.000	1	Rp65.000
3	Wardrobe	Rp400.000	1	Rp400.000
TOTAL				Rp560.000

Tabel 3. 5 Anggaran Pre-Production

Berikut adalah tabel anggaran untuk *Production* :

No	Keterangan	Harga Satuan	Jumlah	Total
1	Transportasi	Rp100.000	1	Rp100.000
2	Konsumsi	Rp60.000	2	Rp120.000
TOTAL				Rp220.000

Tabel 3. 6 Anggaran Production

Berikut adalah tabel anggaran *Post-production* :

No	Keterangan	Harga Satuan	Jumlah	Total
1	Editor	Rp500.000	1	Rp500.000

2	Biaya Cetak Brosur	Rp2.500	100	Rp250.000
3	Biaya Cetak <i>Point of Purchase</i>	Rp12.000	5	Rp60.000
4	Biaya Kirim Brosur dan PoP ke Kantor	Rp50.000	1	Rp50.000
TOTAL				Rp860.000

Tabel 3. 7 Anggaran Post-Production

### 3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Hasil dari video produk profile terdiri dari sebuah video berdurasi empat menit, tiga video berdurasi satu menit, brosur, dan poster. Informasi mengenai produk baru dari Beliberlian.id di kemas sebaik mungkin agar dapat tersampaikan dengan baik kepada para audiens dan masyarakat. Video ini bertujuan untuk memperkenalkan produk terbaru dari Beliberlian.id serta memperkenalkan *brand* kepada masyarakat luas.

Video ini akan dipublikasi melalui media sosial Beliberlian.id agar dapat dilihat oleh khalayak luas, baik yang mengikuti Beliberlian.id ataupun tidak. Dengan adanya video ini diharapkan membantu Beliberlian.id dalam penyebaran launching produk baru dan *awareness* brand kepada masyarakat luas. Semua hasil karya ini akan dipublikasi secara online melalui media sosial Beliberlian.id.