

## **BAB III**

### **RENCANA DAN REFERENSI KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

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

Pada tahap pengumpulan data, perancangan karya ini menerapkan berbagai teknik untuk memperoleh informasi sebagai landasan dalam proses perancangan. Pengumpulan data dilakukan guna memastikan karya yang dihasilkan selaras dengan tujuan komunikasi *brand* serta kebutuhan audiens. Metode pengumpulan data yang digunakan bersifat kualitatif agar mampu menggali informasi secara mendalam dan kontekstual. Salah satu teknik yang diterapkan adalah observasi produk, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap karakteristik produk, meliputi rasa, tekstur, aroma, tampilan, serta keunggulan yang dimiliki.

Observasi ini bertujuan untuk memahami potensi pengelolaan visual dan penyampaian pesan yang dapat diimplementasikan dalam karya. Selain observasi, pengumpulan data juga dilakukan melalui diskusi dengan pihak terkait untuk memperoleh masukan, saran, dan penyempurnaan konsep perancangan. Proses diskusi membantu penulis dalam mengembangkan gagasan serta menentukan arah perancangan yang lebih tepat. Metode selanjutnya adalah wawancara dengan narasumber yang memiliki keterlibatan langsung dengan produk maupun proses perancangan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, serta target audiens. Melalui observasi produk, diskusi, dan wawancara, penulis memperoleh data yang diharapkan dapat mendukung proses perancangan karya secara efektif dan terstruktur.

### **3.1.2 Metode Perancangan Karya**

#### **3.1.2.1 Timeline Product profile Spicy chicken popcorn**

Berdasarkan gambar yang ditampilkan, lampiran tersebut menunjukkan *timeline* produksi *Product profile Spicy chicken popcorn* yang disusun sebagai pedoman waktu agar seluruh proses perancangan dapat berjalan secara sistematis dan terorganisir. Penyusunan *timeline* bertujuan untuk mengatur urutan kerja pada setiap tahapan produksi sehingga pelaksanaan kegiatan tidak saling tumpang tindih. *Timeline* mencakup tahapan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsep komunikasi produk. Pada tahap pra-produksi, perencanaan difokuskan pada pengembangan ide, pengumpulan referensi visual, serta perumusan konsep utama video. Selanjutnya, tahap produksi dirancang secara rinci meliputi jadwal pengambilan gambar, penggunaan properti, dan koordinasi antar anggota tim produksi. Pengaturan waktu yang jelas berfungsi untuk mengurangi potensi kendala teknis selama proses pengambilan gambar. *Timeline* juga menjadi acuan bagi setiap anggota tim dalam memahami tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Dengan adanya *timeline*, proses produksi dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Selain itu, *timeline* berfungsi sebagai sarana pengendalian untuk memantau dan mengevaluasi perkembangan produksi *Product profile Spicy chicken popcorn*. Setiap tahapan produksi memiliki alokasi waktu yang disesuaikan dengan tingkat kesulitan dan beban kerja yang dilakukan. *Timeline* memungkinkan penulis untuk melakukan pemantauan secara berkala serta melakukan penyesuaian apabila terjadi kendala selama proses berlangsung. Perencanaan waktu yang realistik turut membantu menjaga kualitas hasil karya tanpa mengabaikan ketepatan waktu penyelesaian. Dalam konteks akademis, keberadaan *timeline* menunjukkan bahwa proses perancangan dilakukan secara terencana dan profesional. *Timeline* juga memperkuat aspek perencanaan produksi sebagai bagian dari metode

perancangan media promosi. Dengan demikian, *timeline* tidak hanya berfungsi sebagai panduan teknis, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan komunikasi produk. *Timeline* menjadi dasar penting dalam memastikan seluruh proses produksi tetap selaras dengan konsep yang telah dirancang.

Tahapan	Aktivitas Utama	Oktober			November			Desember		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1
Pra-Produksi	Brainstorming & Penentuan Konsep									
	Pembuatan Script / Storyboard / Desain									
	Budgeting & Perizinan									
	Persiapan Alat, Lokasi, & Tim									
Produksi	Shooting									
	Editing / Assembling / Finishing									
Pasca-Produksi	Review Internal & Feedback									
	Proses Revisi									
	Final Delivery & Pengarsipan									

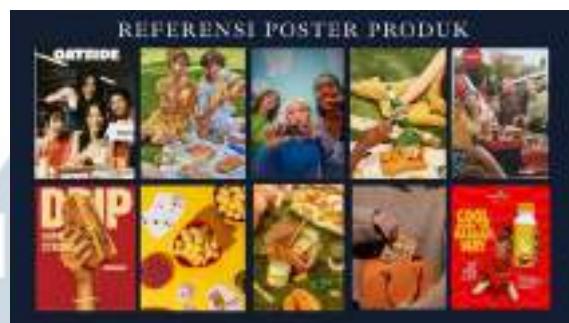
Gambar 3. 1 *Timeline* Produksi

Gambar tabel di atas menunjukkan *timeline* perancangan karya *Product profile* yang dilakukan oleh penulis. Perancangan di bagi ke dalam 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Penyusunan ini bertujuan agar proses perancangan *Product profile* berjalan sistematis, terstruktur dan sesuai dengan perencanaan waktu yang telah ditetapkan.

### 3.1.2.2. Referensi Visual Media Cetak Profile Spicy chicken popcorn

Referensi visual media cetak digunakan sebagai rujukan dalam menentukan konsep visual yang akan diterapkan pada *Product profile Spicy chicken popcorn*. Media cetak dipilih karena memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan visual secara statis namun informatif. Referensi tersebut meliputi pemilihan warna, tipografi, tata letak, serta gaya fotografi produk. Proses pemilihan referensi visual dilakukan dengan mempertimbangkan karakter produk sebagai makanan siap saji dengan cita rasa pedas. Visual yang digunakan cenderung menampilkan kesan menggugah selera, hangat, dan energik. Unsur visual pada media cetak berperan dalam membangun identitas visual produk secara konsisten.

Referensi ini juga digunakan untuk menjaga kesesuaian antara tampilan visual media cetak dan media digital. Dengan adanya referensi media cetak, proses perancangan visual dapat dilakukan secara lebih terarah dan terkonsep.



Gambar 3. 2 Referensi Visual Media Cetak  
Sumber : Pinterest (2025)

Terlihat pada gambar di atas, dimana referensi visual media cetak memiliki peran dalam memperkuat pesan komunikasi produk. Media cetak umumnya menekankan kejelasan informasi serta daya tarik visual yang langsung terlihat. Oleh karena itu, referensi ini dimanfaatkan untuk mengatur komposisi elemen visual agar pesan produk mudah dipahami oleh audiens. Pemilihan warna yang kontras serta komposisi yang seimbang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar 3. 3 Referensi Flyer Produk  
Sumber : Pinterest (2025)

Selain brosur, gambar di atas juga menampilkan referensi dari gambar *flyer* yang dibuat oleh penulis. Dari susunan dan warna yang penulis cari,

referensi visual tersebut membantu menentukan gaya visual yang sesuai dengan karakter dan target pasar *Spicy chicken popcorn*. Konsistensi tampilan antara media cetak dan video *Product profile* menjadi salah satu fokus utama dalam perancangan. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga citra merek agar tetap konsisten di berbagai media promosi. Dengan demikian, referensi visual media cetak berkontribusi penting dalam pembentukan identitas visual produk secara menyeluruh.

### **3.1.2.3. Referensi Visual Media Digital *Profile Spicy chicken popcorn***

Referensi visual media digital digunakan sebagai panduan dalam merancang tampilan *Product profile Spicy chicken popcorn* dalam format audio visual. Media digital dipilih karena mampu menyampaikan pesan secara lebih fleksibel melalui perpaduan unsur visual, gerak, dan audio. Referensi visual ini meliputi gaya visual video, teknik pengambilan gambar, penggunaan transisi, serta penentuan *mood* warna. Pemilihan referensi disesuaikan dengan tren konten promosi makanan yang berkembang di platform digital. Visual yang dinamis dan menarik menjadi fokus utama agar dapat mempertahankan perhatian audiens. Referensi digital juga membantu menentukan tempo visual yang sesuai dengan durasi video *Product profile*. Dengan adanya referensi tersebut, proses produksi video dapat dilakukan secara lebih terarah dan konsisten. Referensi visual media digital berfungsi sebagai sumber inspirasi sekaligus tolok ukur kualitas visual yang ingin dicapai.



Gambar 3. 4 Referensi Visual Video  
Sumber: Instagram sogoodid (2025)



Gambar 3.5. Referensi Visual Video 2  
Sumber: Instagram popmieofficial  
(2025)

Perancangan visual terinspirasi dari komten media sosial beberapa *brand* FMCG khususnya pada konten *brand* milik *So Good* (2025) dan *Pop Mie* (2025). Peneliti melihat dari kedua konten *brand* tersebut menampilkan visual yang tegas dari penggunaan warna, elemen pendukung hingga audio. Pendekatan visual tersebut mampu mempresentasikan produk secara jelas dengan *shot* yang dapat menyampaikan info secara *detail*. Inspirasi ini kemudian di adaptasi dengan penyesuaian tujuan dan identitas *brand*. Video juga dikemas secara relevan dengan tren konten saat ini agar target audiens merasa tertarik dan ingin memahami produk secara mendalam.

Selain itu, referensi visual media digital berperan dalam menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens digital. Audiens pada media digital cenderung menyukai konten visual yang singkat, informatif, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, referensi dipilih dari konten yang memiliki tingkat interaksi dan keterlibatan audiens yang tinggi. Penggunaan referensi ini membantu perancang dalam menyusun alur visual yang komunikatif dan efektif. Elemen visual seperti pengambilan gambar *close-up* produk, efek *slow motion*, serta pencahayaan yang dramatis menjadi pertimbangan utama. Referensi digital juga digunakan untuk menentukan gaya penyuntingan yang sesuai dengan citra produk. Hal ini bertujuan agar *Product profile* mampu bersaing dengan konten digital lainnya. Dengan demikian, referensi visual media digital menjadi elemen penting dalam mendukung keberhasilan promosi produk.

### **3.1.2.4 Deck Creative Brief *Product profile Spicy chicken popcorn***

*Creative Brief* digunakan sebagai media presentasi untuk merangkum konsep utama dari *Product profile Spicy chicken popcorn*. Deck ini berfungsi sebagai panduan konseptual dan visual bagi seluruh tim yang terlibat dalam proses produksi. Isi *deck* meliputi latar belakang produk, tentang produk, tujuan komunikasi, target audiens, serta konsep visual dan narasi yang akan digunakan. Penyusunan main *idea* bertujuan untuk memastikan pesan utama

produk dapat tersampaikan secara konsisten. Fokus utama konsep diarahkan pada keunggulan rasa pedas dan tekstur renyah produk sebagai daya tarik utama. Deck juga membantu menyederhanakan konsep agar mudah dipahami oleh seluruh pihak terkait. Dengan adanya *deck main idea*, proses produksi dapat berjalan sesuai dengan arah yang telah disepakati bersama. *Deck* ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan selama proses perancangan.



Gambar 3.6. Creative brief  
Sumber: Data perusahaan (2025)

Selain itu, *creative brief* berperan penting dalam menjaga konsistensi konsep dari tahap awal hingga tahap akhir produksi. Seluruh elemen visual dan audio dalam *Product profile* disusun berdasarkan *main idea* yang telah ditetapkan. *Deck* ini membantu mencegah terjadinya penyimpangan konsep selama proses produksi berlangsung. Penyajian konsep dalam bentuk visual memudahkan proses diskusi dan evaluasi antar tim. Dalam konteks akademis, *deck main idea* menunjukkan bahwa perancangan karya dilakukan secara konseptual dan terstruktur. *Main idea* yang kuat membantu memperjelas pesan komunikasi produk kepada *audiens*. *Creative Brief* ini juga berfungsi sebagai dokumentasi konsep dalam laporan perancangan. Dengan demikian, *deck main idea* menjadi salah satu elemen penting dalam keseluruhan proses produksi *Product profile*.

### 3.1.2.5 Storyline *Product profile Spicy chicken popcorn*

*Storyline* dalam perancangan *Product profile* disusun sebagai alur cerita yang bertujuan untuk menyampaikan informasi produk secara runut, jelas dan mudah dipahami oleh audiens. *Storyline* berfungsi sebagai panduan utama untuk menentukan visual, pesan informasi produk yang ingin disampaikan. Mulai dari pengenalan produk, keunggulan, hingga nilai produk. Tujuan penyusunan *storyline* ini agar *product knowledge* yang dituju dapat tersampaikan secara efektif dan konsisten. Dengan *storyline* yang kuat, *Product profile* tidak hanya berperan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai pembentuk persepsi positif dalam memperkuat identitas produk, dan membantu audiens untuk memahami manfaat produk sebagai bahan pengambilan keputusan pembelian.

Tabel 3.1. *Storyline Video 1*

Sumber: Data pribadi (2025)

Konsep	Shot	Durasi (Detik)	Visual / Aksi	Detail Keterangan
<i>Attention</i>	1	00.00 - 00.04	Tiga <i>talent</i> duduk di sofa dalam keadaan lesu.	<i>Close-up</i> wajah <i>talent</i> satu per satu yang menunjukkan ekspresi mengantuk dan kurang tenaga.
<i>Attention</i>	2	00.05 - 00.07	Medium shot ekspresi wajah yang kelelahan.	Mempertegas suasana bosan, letih, dan tidak bersemangat di dalam ruangan.
<i>Interest</i>	3	00.08 - 00.10	Sebuah tangan masuk ke dalam bingkai kamera.	Tangan tersebut menyodorkan cup berisi <i>Spicy chicken popcorn</i> ke arah para <i>talent</i> .
<i>Interest</i>	4	00.10 - 00.17	<i>Talent</i> melihat cup dengan ekspresi bingung.	Para <i>talent</i> mulai mengambil dan mencicipi <i>popcorn</i> ayam tersebut dengan rasa penasaran.

<i>Desire</i>	5	00.18 - 00.25	Reaksi setelah memakan produk.	<i>Zoom in</i> ke mata <i>talent</i> yang langsung "melek" (segar) dengan tambahan efek visual api.
<i>Desire</i>	6	00.26 - 00.31	<i>Product Shot</i> (USP Makanan).	Menampilkan teks: "100% Dada Ayam Pilihan. Super Crispy. Pedesnya Nendang!"
<i>Desire</i>	7	00.31 - 00.39	<i>Close-up</i> saat digigit.	<i>Talent</i> memakan produk dengan efek suara kriuk yang renyah dan menggugah selera.
<i>Desire</i>	8	00.40 - 00.45	<i>Extreme Close-up</i> produk.	Menunjukkan detail tekstur luar yang krispi dan bagian dalam daging ayam yang lembut.
<i>Action</i>	9	00.45 - 00.48	Suasana berubah menjadi ceria.	Para <i>talent</i> kembali bersemangat, bermain bersama sambil asyik nyemil.
<i>Action</i>	10	00.49 - 00.55	Closing Scene.	<i>Shot</i> kebersamaan mereka di latar belakang, dengan produk (cup) sebagai fokus utama di depan.

Tabel 3.2. Storyline Video 2

Sumber: Data pribadi (2025)

Konsep	Shot	Durasi	Visual / Aksi	Detail Keterangan
<i>Attention</i>	1	00.00 - 00.05	Tiga orang duduk melingkar	Wajah ditampilkan secara close up dengan ekspresi tegang
<i>Attention</i>	2	00.06 - 00.09	Shoot satu per satu muka <i>talent</i>	Menampilkan ekspresi muka yang cemas, tegang, dan bingung
<i>Interest</i>	3	00.09 - 00.12	<i>Talent</i> wanita menaruh kotak dan membukanya	Saat dibuka, muncul aroma asap yang sedap dan cahaya keemasan

<i>Interest</i>	4	00.12 - 00.15	Shoot dua <i>talent</i> pria menghirup aroma	Menghirup aroma sedap yang berasal dari spicy chicken
<i>Interest</i>	5	00.15 - 00.18	Shoot satu per satu mata mereka	Menampilkan mata para <i>talent</i> yang berbinar
<i>Desire</i>	6	00.18 - 00.21	Perubahan suasana menjadi ceria	Para <i>talent</i> mulai mengambil makanan dan makan bersama
<i>Desire</i>	7	00.21 - 00.24	Shoot aksi makan <i>talent</i> wanita	Fokus pada adegan saat wanita menggigit produk
<i>Desire</i>	8	00.24 - 00.27	Shoot <i>talent</i> pria sedang makan	Menikmati produk dengan tambahan mayones atau sambal
<i>Desire</i>	9	00.27 - 00.30	Shoot pria tersebut lanjut makan	Makan sambil berkeringat karena pedas dan menyeka keringatnya
<i>Desire</i>	10	00.31 - 00.36	Shoot tumpukan produk	Memperlihatkan tampilan daging di dalam spicy chicken popcorn
<i>Desire</i>	11	00.37 - 00.41	Shoot detail isi produk	Fokus pada tekstur daging di dalam spicy chicken popcorn
Action	12	00.41 - 00.44	Shoot tangan para <i>talent</i>	Tangan-tangan yang sedang berebut mengambil spicy chicken dari wadah
Action	13	00.44 - 00.47	Lanjutan adegan kebersamaan	Memperlihatkan suasana ceria dan kebersamaan para <i>talent</i>
Action	14	00.47 - 00.53	Shoot fokus pada produk	Kemasan produk diletakkan di tengah sebagai penutup video

*Tabel 3.3. Storyline Video 3*

Sumber: Data pribadi (2025)

Konsep	Shoot	Durasi (Detik)	Visual / Aksi	Detail Keterangan (Audio & Visual Note)
<i>Attention</i>	1	00.00 - 00.05	Persiapan & Unboxing Tangan mengambil kemasan "Spicy chicken popcorn", lalu merobeknya.	Close-up pada kemasan. Fokus pada kemudahan saat merobek segel kemasan. SFX: Suara robekan plastik.
<i>Attention</i>	2	00.05 - 00.10	Reveal produk dituang dari kemasan ke mangkuk atau langsung diperlihatkan di dalam kemasan.	Menunjukkan tampilan produk yang masih beku namun sudah terbalur bumbu pedas. Siap dimasak.
<i>Interest</i>	3	00.10 - 00.15	Proses menggoreng (Awal) kompor menyala, minyak panas di wajan. Produk dimasukkan ke dalam minyak.	Extreme close-up saat produk menyentuh minyak panas. SFX: Suara mendesis (sizzling) yang kuat dan menggugah selera.
<i>Interest</i>	4	00.15 - 00.22	Proses menggoreng di dalam minyak yang berbuih.	Quick timelapse atau potongan cepat menunjukkan perubahan warna menjadi cokelat kemerahan yang crispy. Overlay Teks: "Goreng 5 Menit Aja!".
<i>Desire</i>	5	00.22 - 00.28	Uji kerenyahan satu potong ayam matang ditaruh di talenan kayu. Sebuah pisau menggaruk permukaannya seperti menyisir.	Super close-up (Macro lens). Fokus pada tekstur kulit yang garing. SFX: Suara "kriuk" yang sangat jelas dan renyah
<i>Desire</i>	6	00.28 - 00.35	Pisau yang sama langsung memotong bagian tengah ayam tersebut menjadi dua.	Memperlihatkan bagian dalam yang padat, juicy, dan full daging ayam

				putih berserat. Uap panas sedikit keluar.
Action	7	00.35 - 00.40	Plating / Final Shot Spicy chicken popcorn yang sudah matang disajikan di piring saji, siap disantap.	Pencahayaan hangat untuk menonjolkan warna kemerahan dan tekstur produk. Bisa ditambahkan garnish sedikit (opsional).

Tabel 3.4. Storyline Video 4

Sumber: Data pribadi (2025)

Konsep	Segment	Durasi	Visual / Aksi	Detail Keterangan
<i>Attention</i>	1	00.00 - 00.15	Cold Open	3 talent duduk dengan lampu studio yang agak moody. Mereka saling melirik dan tertawa, diikuti quick montage saat ingin menggigit produk. Headline: "Apa kata Mereka?".
<i>Interest</i>	2	00.15 - 00.55	First Bite Reaction	<i>Talent</i> makan satu per satu dengan angle super close-up. Fokus pada crunch sound, area mata, dan pelipis sambil menyebutkan kesan pertama.
<i>Interest</i>	3	00.55 - 01.55	Pertanyaan	<i>Talent</i> mengambil kotak lucu yang berisi daftar pertanyaan. Setiap <i>talent</i> mengambil dan menjawab 1-2 pertanyaan secara bergantian.
<i>Desire</i>	4	01.55 - 02.45	<i>Sensory Test</i>	Visual <i>talent</i> saat mata mereka ditutup (blindfolded). Mereka makan produk lalu menebak dan mendeskripsikan tekstur produk tersebut secara jujur.
<i>Desire</i>	5	02.45 - 03.30	3-Word Review	Setiap <i>talent</i> memberikan review singkat dalam 3 kata (Contoh: "Crispy. Nendang. Nagih."). Menggunakan teknik <i>shot</i> cepat,

				camera switching, dan visual overlay kata-kata tersebut.
Action	6	03.30 - 04.00	Final	Menampilkan candid moment para <i>talent</i> yang berebutan sisa chicken popcorn. Ditutup dengan montage close-up produk dan subtitle: "Pedesnya Nendang, Rasanya Ga Hilang.".

### 3.1.2.6 *Storyboard Product profile Spicy chicken popcorn*

*Storyboard* digunakan sebagai panduan visual untuk menggambarkan alur cerita *Product profile Spicy chicken popcorn* secara berurutan. *Storyboard* berisi rangkaian sketsa yang merepresentasikan setiap adegan dalam video. Penyusunan *storyboard* bertujuan untuk mempermudah proses produksi dan pengambilan gambar. Setiap panel *storyboard* mencerminkan konsep visual serta pesan yang ingin disampaikan. *Storyboard* membantu menentukan sudut kamera dan komposisi visual yang akan digunakan. Dengan adanya *storyboard*, proses *shooting* dapat dilaksanakan secara lebih efisien. *Storyboard* juga membantu mengurangi risiko kesalahan dalam pengambilan gambar. Hal ini membuat proses produksi menjadi lebih terarah dan terkontrol.

Dari produksi yang akan dilakukan, penulis membuat *output* sebanyak 4 untuk media digital. Berikut *storyboard* yang sudah dibuat :

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.1.2.6.1 Video 1 (60 sec)



Gambar 3.7. Storyboard video 1

Sumber: Hasil Produksi AI (2025)

Video diawali dengan adegan tiga orang yang tampak lesu, kebingungan, dan tidak bersemangat menjalani aktivitasnya. Gestur tubuh dan ekspresi wajah mereka menunjukkan rasa jemu serta kelelahan mental. Nuansa visual dibuat monoton untuk memperkuat suasana yang hambar. Secara tiba-tiba, sebuah tangan muncul sambil membawa satu cup *popcorn* ayam yang masih hangat. Aroma khas ayam goreng mulai tercium dan menarik perhatian ketiga orang tersebut. Mereka perlahan mendekat mengikuti arah aroma yang menggoda. *Popcorn* ayam kemudian diambil dan dicicipi bersama. Setelah mencicipi, suasana berubah drastis menjadi lebih cerah. Ketiganya terlihat segar, tertawa, dan kembali berenergi. Melalui cerita ini, video menyampaikan bahwa *popcorn* ayam mampu menciptakan suasana ceria dan membangkitkan semangat.

### 3.1.2.6.2 Video 2 (60 Sec)



Gambar 3. 8 Storyboard Video 2  
Sumber: Hasil Produksi AI (2025)

Video dibuka dengan latar ruangan gelap yang menghadirkan kesan misterius. Tiga orang berada dalam satu ruangan dan saling bertatapan dengan ekspresi penuh kebingungan. Keheningan dan minim cahaya dimanfaatkan untuk membangun rasa penasaran penonton. Tiba-tiba, seorang perempuan di tengah ruangan memperlihatkan *popcorn* ayam. Dua laki-laki di sampingnya mulai mencium aroma *spicy* yang kuat dan menggugah selera. Perubahan ekspresi terlihat jelas dari rasa bingung menjadi antusias. Mereka kemudian mencicipi *popcorn* ayam tersebut bersama. Suasana ruangan perlahan berubah menjadi lebih hangat dan menyenangkan. Percakapan santai dan tawa mulai mengisi adegan. Pada bagian ini, ditampilkan keunggulan produk seperti rasa pedas yang pas, gurih, dan cocok dinikmati kapan saja.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.1.2.6.3 Video 3 (60 Sec)



Gambar 3. 9 Storyboard Video 3  
Sumber: Hasil Produksi AI (2025)

Video ini menampilkan tahapan memasak *spicy chicken popcorn* dengan teknik yang benar. Adegan diawali dengan pemanasan minyak hingga mencapai suhu yang sesuai. *Popcorn* ayam kemudian dimasukkan secara perlahan ke dalam minyak panas. Visual *close-up* digunakan untuk menampilkan proses penggorengan secara detail. Warna ayam yang berubah menjadi keemasan diperlihatkan secara jelas. Efek suara kriuk diperkuat untuk menegaskan tekstur renyah. Setelah matang, *popcorn* ayam diangkat dan ditiriskan dengan tepat. Penyajian dilakukan dengan rapi ke dalam cup. Video juga menampilkan hasil akhir berupa tekstur renyah di luar dan lembut di dalam. Konten ini bertujuan memberikan panduan sekaligus menunjukkan kualitas produk.

#### **3.1.2.6.4 Video 4 (240 sec)**



Gambar 3. 10 Storyboard Video 4  
Sumber: Hasil Produksi AI (2025)

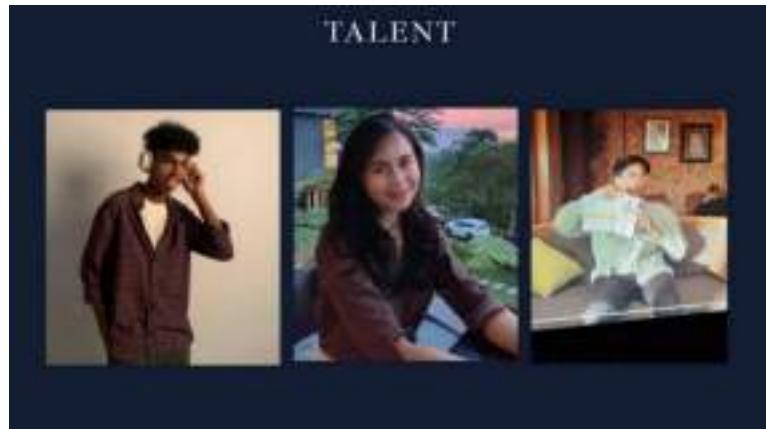
Video ini menampilkan beberapa orang yang memberikan pendapat setelah mencoba *popcorn* ayam *spicy*. Setiap responden menyampaikan kesan mereka secara spontan dan jujur. Reaksi wajah menunjukkan kepuasan saat menikmati produk. Beberapa orang menyoroti aroma harum dan rasa gurih yang menggoda. Ada juga yang menilai tingkat kepedasan produk terasa pas dan tidak berlebihan. Dalam *segment*-nya, penulis juga membuat permainan kecil untuk membantu menampilkan bahwa produk pedas dan sesuai dengan pesan pada *USP*-nya. Suasana pengambilan gambar dibuat santai agar terasa alami. Momen tawa dan interaksi ringan ditampilkan untuk membangun kedekatan emosional. Video dikemas dengan alur yang hangat dan menyenangkan. Informasi

keunggulan produk disisipkan secara visual tanpa mengganggu alur cerita. Video berdurasi empat menit ini menegaskan bahwa *popcorn ayam* memberikan pengalaman menikmati camilan yang menyenangkan dan berkesan.

Selain sebagai panduan teknis, *storyboard* berfungsi sebagai media komunikasi antar anggota tim produksi. *Storyboard* memudahkan sutradara, kameramen, dan editor dalam memahami alur visual yang telah direncanakan. Setiap adegan disusun secara berkesinambungan sehingga membentuk narasi yang utuh. *Storyboard* juga membantu memperkirakan durasi setiap adegan. Dalam konteks akademis, penggunaan *storyboard* menunjukkan adanya perencanaan visual yang matang. *Storyboard* turut memperkuat penerapan konsep storytelling dalam *Product profile*. Dengan demikian, *storyboard* menjadi elemen penting dalam proses perancangan video. *Storyboard* memastikan hasil akhir video sesuai dengan konsep awal yang telah ditetapkan.

### **3.1.2.7 Talent Product profile Spicy chicken popcorn**

Pemilihan *talent* dalam *Product profile Spicy chicken popcorn* dilakukan untuk mendukung penyampaian pesan produk secara visual. *Talent* berperan sebagai representasi konsumen yang ditampilkan sedang berinteraksi dengan produk. Penentuan *talent* disesuaikan dengan karakteristik target audiens yang ingin dituju. *Talent* dipilih dengan mempertimbangkan ekspresi wajah, gestur, serta kemampuan menampilkan emosi secara natural. Kehadiran *talent* membantu menciptakan kedekatan emosional antara produk dan audiens. *Talent* juga berfungsi untuk memperlihatkan cara menikmati produk secara menarik. Penggunaan *talent* dapat meningkatkan daya tarik visual dalam video *Product profile*. Dengan demikian, *talent* menjadi elemen pendukung dalam memperkuat pesan promosi produk.



*Gambar 3. 11 Daftar Talent  
Sumber: Data pribadi (2025)*

Dengan biodata sebagai berikut :

	<i>Talent 1</i>	<i>Talent 2</i>	<i>Talent 3</i>
Nama	Martin Riyaldo	Dhienda Aurellia	Aryanda
Jenis Kelamin	Laki - Laki	Perempuan	Laki Laki
Usia	21 tahun	21 tahun	20 tahun
Status	Mahasiswa	Mahasiswa	Mahasiswa

Selain itu, *talent* berperan dalam membangun alur cerita atau storytelling pada *Product profile*. Melalui ekspresi dan interaksi *talent*, audiens dapat merasakan pengalaman menikmati *Spicy chicken popcorn*. *Talent* membantu menyampaikan kesan rasa pedas dan kenikmatan produk tanpa harus menggunakan banyak narasi verbal. Pemilihan *talent* yang sesuai dapat meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap produk. *Talent* juga membantu memperjelas segmentasi pasar yang menjadi sasaran promosi. Dalam perancangan ini, penggunaan *talent* dibuat secara sederhana agar fokus utama tetap pada produk. Hal tersebut bertujuan agar pesan inti tidak teralihkan. Dengan demikian, keberadaan *talent* mendukung efektivitas komunikasi visual *Product profile*.

### **3.1.2.8 Backsound & Sound Effect Product profile Spicy chicken popcorn**

*Backsound* dan *sound effect* digunakan untuk memperkuat suasana serta emosi dalam *Product profile Spicy chicken popcorn*. Pemilihan *backsound*

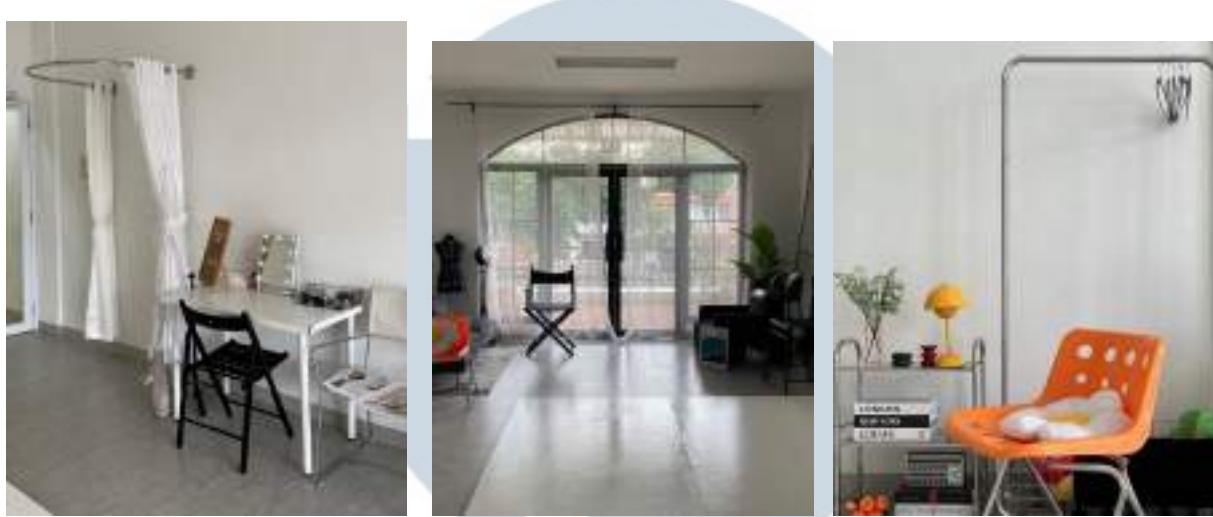
disesuaikan dengan karakter produk yang energik dan mampu menggugah selera. Musik latar berfungsi untuk menjaga ritme visual agar tetap dinamis. Sound effect digunakan untuk menegaskan detail visual tertentu, seperti efek suara makanan yang renyah. Pemanfaatan unsur audio yang tepat dapat meningkatkan daya tarik video secara keseluruhan. *Backsound* juga berperan dalam membangun suasana yang sesuai dengan konsep promosi produk. Perpaduan antara unsur audio dan visual membuat pesan produk lebih mudah diingat oleh audiens. Dengan demikian, elemen audio menjadi bagian penting dalam perancangan *Product profile*.

Selain itu, *backsound* dan *sound effect* berperan dalam meningkatkan pengalaman menonton bagi audiens. Unsur audio membantu menciptakan kesan video yang profesional dan menarik. Pemilihan *sound effect* dilakukan secara selektif agar tidak mengalihkan perhatian dari fokus utama produk. Sinkronisasi antara audio dan visual menjadi perhatian penting dalam tahap penyuntingan. Backsound yang konsisten membantu menjaga kesatuan konsep dari awal hingga akhir video. Dalam konteks komunikasi pemasaran, unsur audio mampu memperkuat pesan emosional produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan *audiens* terhadap produk. Dengan demikian, penggunaan *backsound* dan *sound effect* mendukung efektivitas komunikasi *Product profile*.

### 3.1.2.9 Lokasi *Shooting Product profile Spicy chicken popcorn*

Pemilihan lokasi *shooting Product profile Spicy chicken popcorn* dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan visual serta konsep produk. Penulis memilih lokasi *shooting* di Kurvatura studio dengan kategori *Cloud Studio*. Berlokasi di Ruko, Jl. Aristoteles Utara No.35, Gading, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334. Studio ini dipilih untuk mendukung tampilan produk agar terlihat menarik dan profesional. Lingkungan lokasi disesuaikan dengan citra produk makanan yang modern dan higienis. Lokasi yang tepat dapat memperkuat pesan visual yang ingin disampaikan dalam *Product profile*. Faktor pencahayaan alami dan tata ruang

menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan lokasi. Lokasi *shooting* juga disesuaikan dengan ketersediaan fasilitas yang mendukung proses produksi. Pemilihan lokasi yang tepat membantu mengoptimalkan waktu dan biaya produksi. Dengan demikian, lokasi *shooting* memiliki peran penting dalam menunjang kualitas visual video.



Gambar 3. 12 Lokasi Studio Shooting  
Sumber : Instagram @kurvayura\_studio (2025)

Penulis memilih lokasi shooting di kurvatura studio yang berlokasi di Jl. Aritoteles Utara, Gading Serpong, karena dinilai memiliki visua, suasana serta properti yang mendukung konsep visual yang dibangun penulis. Selain dari segi visual, lokasi *shooting* juga berpengaruh terhadap kelancaran proses produksi. Lokasi yang kondusif mempermudah koordinasi antar anggota tim. Minimnya gangguan dari lingkungan sekitar membantu proses pengambilan gambar berjalan dengan lancar. Lokasi yang sesuai dengan konsep juga memudahkan penataan properti pendukung. Dalam konteks akademis, pemilihan lokasi mencerminkan perencanaan produksi yang matang. Lokasi yang tepat mendukung pencapaian tujuan komunikasi produk. Hal ini membantu menyampaikan citra produk secara konsisten kepada audiens. Dengan demikian, lokasi *shooting* menjadi elemen strategis dalam perancangan *Product profile*.

### **3.1.2.10 Anggota Team *Product profile Spicy chicken popcorn***

Produksi *Product profile Spicy chicken popcorn* melibatkan sejumlah anggota tim dengan peran yang saling berkaitan. Setiap anggota tim memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing. Pembagian peran dilakukan untuk memastikan proses produksi berjalan secara efektif dan terorganisir. Tim produksi terdiri dari beberapa peran, seperti sutradara, kameramen, editor, serta penata artistik. Kerja sama antar anggota tim menjadi faktor utama dalam menghasilkan karya yang berkualitas. Setiap individu berkontribusi dalam mewujudkan konsep yang telah dirancang. Koordinasi yang baik antar tim membantu mengurangi kesalahan selama proses produksi.

Selain itu, struktur tim yang jelas membantu memperlancar alur kerja selama proses produksi berlangsung. Setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawab yang diembannya. Komunikasi yang efektif antar anggota tim menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran produksi. Dalam konteks akademis, pembagian peran dalam tim menunjukkan penerapan manajemen produksi yang baik. Kerja sama tim juga mencerminkan proses kolaboratif dalam perancangan karya. Setiap peran memiliki kontribusi yang saling melengkapi satu sama lain. Hal ini bertujuan untuk mencapai hasil produksi yang optimal. Dengan demikian, anggota tim menjadi elemen penting dalam keberhasilan *Product profile Spicy chicken popcorn*.

*Tabel 3.5. Tabel Jobdesc Team*  
Sumber: Data pribadi (2025)

NAMA	JOB	KETERANGAN
Ferra	Supervisor	- Mengawasi seluruh proses produksi agar berjalan sesuai dengan perencanaan,

		konsep, dan jadwal yang telah ditetapkan.
Shavira	Senior Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang dan mengarahkan konsep visual secara keseluruhan.</li> <li>- Memastikan kesesuaian desain dengan konsep kreatif, identitas <i>brand</i>, serta tujuan komunikasi yang ingin disampaikan melalui karya.</li> </ul>
Natahanael Tio	Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengeksekusi kebutuhan visual sesuai arahan Senior Design.</li> <li>- Mendukung visualisasi konsep agar dapat diterapkan secara optimal dalam produksi.</li> </ul>
Aurellia Nura	Produser & Director	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, dan pengarahan produksi secara menyeluruh.</li> <li>- Mengatur aspek manajerial seperti anggaran, jadwal, dan koordinasi tim,</li> <li>- Mengarahkan konsep kreatif, alur cerita, serta pengambilan gambar agar sesuai dengan visi karya.</li> </ul>

David	Astrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu Director dalam mengatur jalannya produksi di lapangan, meliputi pengaturan jadwal pengambilan gambar, koordinasi kru dan <i>talent</i>, serta memastikan setiap adegan berjalan sesuai dengan arahan sutradara.</li> </ul>
Chandra Wijaya	<i>DoP</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab atas aspek visual sinematografi, termasuk komposisi gambar, pencahayaan, sudut kamera, dan pergerakan kamera.</li> <li>- Bekerja sama dengan <i>Director</i> untuk menerjemahkan konsep cerita ke dalam visual yang estetis dan komunikatif.</li> </ul>
Parwin Sigh	<i>Cam 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Operator kamera utama yang menangkap gambar utama sesuai arahan <i>DoP</i> dan <i>Director</i>.</li> <li>- Fokus pada pengambilan <i>shot</i> utama yang menjadi pusat visual dalam karya.</li> </ul>
Mahesa	<i>Cam 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebagai operator kamera pendukung untuk</li> </ul>

		<p>mengambil sudut alternatif, detail, atau <i>shot</i> tambahan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berfungsi memperkaya visual dan memberikan variasi gambar.</li> </ul>
Iqbal Badruz	<i>Lighting 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab dalam pengaturan pencahayaan utama sesuai konsep visual yang telah ditentukan.</li> <li>- Memastikan pencahayaan mendukung suasana, mood, dan kualitas visual gambar.</li> </ul>
Rafael Tentua	<i>Lighting 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertugas membantu Lighting 1 dalam menyiapkan, mengatur, dan menyesuaikan peralatan pencahayaan.</li> <li>- Memastikan pencahayaan merata dan konsisten selama proses pengambilan gambar.</li> </ul>
Eunike Diva	<i>PU</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertugas menangani kebutuhan teknis dan logistik produksi, seperti persiapan alat, konsumsi, properti, serta kelancaran operasional di lokasi. Posisi ini mendukung agar produksi berjalan efektif dan efisien.</li> </ul>

Amadea	<i>MUA &amp; Wadrobe</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab atas penampilan <i>talent</i>, meliputi tata rias, rambut, dan busana. Tugasnya memastikan tampilan <i>talent</i> sesuai dengan karakter, konsep visual, dan identitas <i>brand</i>.</li> </ul>
Dinda Aurelia	<i>Talent</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berperan sebagai subjek utama dalam karya visual yang ditampilkan, menjalankan arahan sutradara, menampilkan ekspresi, gerakan, dan karakter sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan.</li> </ul>
Martin	<i>Talent</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berperan sebagai subjek utama dalam karya visual yang ditampilkan, menjalankan arahan sutradara, menampilkan ekspresi, gerakan, dan karakter sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan.</li> </ul>
Aryanda	<i>Talent</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berperan sebagai subjek utama dalam karya visual</li> </ul>

		yang ditampilkan, menjalankan arahan sutradara, menampilkan ekspresi, gerakan, dan karakter sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan.
--	--	--

Di sub bab ini mendeskripsikan detail prosedur atau langkah perancangan karya yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Urutan penjelasan dipaparkan secara kronologis, mulai dari uraian pertama, kedua, ketiga dan seterusnya sampai dengan percangan karya.

### 3.2. Rencana Anggaran

Rencana anggaran dalam tugas akhir karya adalah paparan yang merinci semua biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan proyek, termasuk biaya bahan, peralatan, tenaga kerja, dan sumber daya lainnya. Rencana ini membantu dalam mengelola anggaran secara efisien, memastikan bahwa semua aspek proyek dapat dibiayai dengan baik, dan mencegah pembengkakan biaya yang tidak diinginkan. Teknis penulisan rencana anggaran adalah paparan secara garis besar biaya yang diperlukan dan disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3.6. Tabel Perencanaan Anggaran

Sumber: Data pribadi (2025)

ITEM	QTY	PRICE
Studio Foto	1 (6 jam)	735.000
Aputure 600 D	1	375.000
Nanlite Pavotube ii 30x	1	150.000
Konsumsi	2	1.000.000
Property	1	500.000
Bensin	1	240.000

<b>TOTAL</b>	7	<b>3.000.000</b>
--------------	---	------------------

### 3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Dalam karya ini, menurut penulis target luaran tidak hanya berorientasi pada kepentingan akademik, tetapi juga diarahkan pada kebutuhan praktis perusahaan. Hasil karya diharapkan mampu mendukung proses komunikasi promosi secara efektif. *Product profile* yang dilakukan berfungsi sebagai media penyampaian informasi produk kepada audiens. Melalui media tersebut, pesan promosi dapat disampaikan secara jelas, menarik, dan sistematis. Target luaran juga menunjukkan penerapan teori komunikasi dan desain yang relevan. Dengan demikian, karya ini memiliki manfaat teoritis sekaligus aplikatif.

Target luaran yang bentuk publikasi dibuat melalui penyusunan laporan tugas akhir yang disajikan secara ilmiah dan terstruktur. Publikasi ini menjadi bukti bahwa komunikasi pemasaran dan produksi media dalam sebuah karya nyata. Selain itu, hasil karya dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi pengembangan penelitian maupun karya sejenis. *Product profile* yang dihasilkan juga dapat dipublikasikan sebagai karya kreatif dan portofolio profesional. Publikasi tersebut mencerminkan kemampuan penulis dalam mengolah ide, konsep, dan visual secara terpadu. Melalui publikasi, karya dapat dikenal dan dimanfaatkan oleh kalangan akademisi maupun praktisi. *Product profile* ini juga dapat dipresentasikan dalam kegiatan akademik sebagai bentuk pertanggungjawaban karya. Dengan adanya publikasi, karya memiliki nilai dokumentasi dan pengembangan keilmuan.

Selain publikasi, karya penulis ini juga memiliki potensi luaran berupa Hak Kekayaan Intelektual (HKI). HKI dapat berupa hak cipta atas desain visual dan konten audiovisual yang terdapat dalam *Product profile*. *Product profile* ini memiliki nilai orisinalitas yang layak untuk mendapatkan perlindungan hukum. Dengan adanya HKI, karya terlindungi dari penyalahgunaan atau penggandaan tanpa izin. Perlindungan tersebut menjadi penting ketika karya digunakan untuk kepentingan komersial perusahaan. Tidak hanya itu, HKI juga meningkatkan

nilai legal dan profesional dari hasil perancangan. Dengan demikian, karya ini memiliki kekuatan akademis sekaligus perlindungan hukum.

Pemanfaatan *Product profile* sebagai media komunikasi promosi perusahaan, dirancang untuk membantu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan membangun citra yang profesional. Dengan demikian video *Product profile* tersebut bisa memberikan pesan yang efektif dan efisien. Visual yang di tampilkan informatif dan menarik baik dari segi *editing*, *coloring*, dan lainnya. Dari adanya hasil *Product profile* ini menjadi salah satu strategi yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi, karena cukup beragam. Untuk hasil video *Product profile* bisa dilihat melalui *link* di bawah ini [https://drive.google.com/drive/folders/1xZ0hl19iphj-88elGJrZbHMTCLnbl\\_z-](https://drive.google.com/drive/folders/1xZ0hl19iphj-88elGJrZbHMTCLnbl_z-) atau bisa melihat dari *TikTok* Benfarm dengan nama akun @benfarm.id atau melalui *link* sebagai berikut [https://www.tiktok.com/@benfarm\\_id?\\_r=1&\\_t=ZS-93CHIAJLAxN](https://www.tiktok.com/@benfarm_id?_r=1&_t=ZS-93CHIAJLAxN)

