

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN “NATURAL HONEY HAND AND
BODY LOTION” BAGI WANITA INDONESIA**



Oleh :

Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

1112124024/ REGULER

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA

YOGYAKARTA

2016

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN “NATURAL HONEY HAND
AND BODY LOTION” BAGI WANITA INDONESIA**



Oleh :

Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

1112124024/ REGULER

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA

YOGYAKARTA

2016

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

“PERANCANGAN VIDEO IKLAN “NATURAL HONEY HAND AND BODY LOTION” BAGI WANITA INDONESIA” diajukan oleh Fransiskus Arwiyadi Pamungkas, NIM 1112124024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada 5 Februari 2016.

Pembimbing I,

Drs. Arif Agung, M.Sn

NIP : 196711161993031001

Pembimbing II,

P. Gogor Bangsa, S.Sn.,M.Sn

NIP : 197001062008011017

Congnite/Anggota

Drs. Wibowo M.Sn

NIP 19570318 198703 1 002

Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi M.Sn.

NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.

NIP 1965022 199203 1 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Rupa Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 019590802 198803 1 002

KATA PENGANTAR

Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dalam bentuk maupun isinya yang sederhana. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang nantinya dapat dipergunakan sebagai acuan, petunjuk, maupun pedoman bagi pembaca dalam membuat sebuah video iklan.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan mengangkat sebuah perancangan video iklan tentang Natural Honey Hand and Body Lotion bagi wanita Indonesia. Demikian yang dapat penyusun sampaikan, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan jangan lupa untuk ajukan kritik dan saran terhadap tugas akhir ini agar kedepannya bisa diperbaiki.

Yogyakarta, 3 Febuari 2016

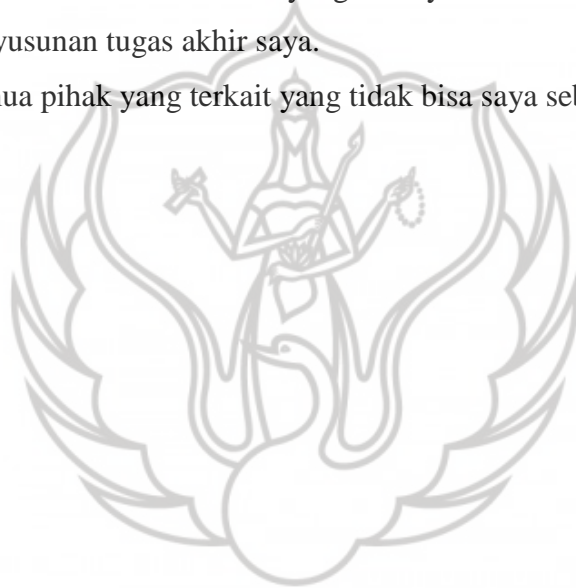
Fransiskus Arwiadi Pamungkas

UCAPAN TERIMAKASIH

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Pada kesempatan kali ini, Penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat yang telah dilimpahkan.
2. Rektor ISI Yogyakarta
3. Ibu Dr. Suastiwi, M. Des., selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro Suryo B., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Arif Agung, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I.
7. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II.
8. Seluruh dosen pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta.
9. Kedua orang tua saya Ibu Rubiati dan Bapak Misrani Alm, yang telah mendoakan saya.
10. Kakak-kakak saya yang selalu mendukung dan membantu setiap proses perkuliahan saya sehingga berjalan dengan lancar.
11. Bapak Yohanes Suharsana dan Ibu Agnes Triweni yang telah membantu saya sehingga saya dapat menempuh pendidikan di ISI Yogyakarta.
12. MARA Advertising yang memberikan saya kesempatan bekerja dan mengangkat produk Natural Honey sebagai materi tugas akhir saya.
13. PT. Tempo Scan dan sekaligus Natural Honey Hand and Body Lotion yang telah berkenan menjadi materi pokok dari tugas akhir yang saya kerjakan.
14. Sdr. Muh. Ichtiar Daeng M. yang banyak mendukung dan membantu proses perkuliahan saya.

15. Sdr. Rangga Bramanditya S. yang banyak membantu dalam proses penyusunan tugas akhir saya.
16. Gabriel Ricardo Gelael dan Saiful Fatah yang membantu proses pembuatan tugas akhir saya.
17. Bpk. Irwan Ridwansyah yang membantu proses pembuatan tugas akhir saya.
18. Sdr. Agung Prasetyo yang membantu menyediakan barang bagi display pameran saya.
19. Sdr. Johan Saputra yang membantu proses pameran.
20. Sdr. Erik Kurniawan yang banyak membantu dalam proses penyusunan tugas akhir saya.
21. Semua pihak yang terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta:

Nama : Fransiskus Arwiadi Pamungkas

NIM : 1112124024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis memberikan kepada perpustakaan UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN VIDEO IKLAN NATURAL HONEY HAND AND BODY LOTION BAGI WANITA INDONESIA**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengolahnya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan *royalty* kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini yang dibuat dengan sebenarnya.

Yogyakarta,

Februari 2016

Fransiskus Arwiadi Pamungkas

ABSTRAK

Perancangan Video Iklan

Natural Honey Hand And Body Lotion Bagi Wanita Indonesia

Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

Perancangan video iklan untuk memperkenalkan produk Natural Honey Hand and Body Lotion kepada wanita Indonesia. Perancangan ini untuk lebih membuat wanita Indonesia memahami pentingnya menggunakan *body lotion* yang mampu memberikan perlindungan terbaik bagi kulit mereka dalam kondisi atau keadaan apapun terutama pada daerah tropis yang lebih sering terpapar oleh sinar matahari dan sekaligus mampu meningkatkan penjualan produk di pasaran.

Dalam bab satu akan membahas mengenai permasalahan di atas, dari sini kita akan mendapatkan rumusan masalah yang membantu merancang *video branding* untuk dapat menjadi media informasi tentang produk Natural Honey Hand and Body Lotion. Dalam bab satu juga terdapat tujuan, manfaat, dan sistematika perancangan. Pada bab dua akan membahas tentang teori data yang berkaitan dan proses dalam pengambilan video. Mulai dari praproduksi, produksi, hingga ke tahap *editing*. Berakhir pula pada analisis yang digunakan yaitu SWOT.

Kata Kunci : Natural Honey, *Handbody Lotion*, Video Iklan

ABSTRACT

Designing Commercial Video

Natural Honey Hand And Body Lotion For Indonesian Woman

Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

Designing an advertising video commercial to introduce Natural Honey Hand and Body Lotion products for Indonesian women. This design to make Indonesian women have better understanding about the importance of using Hand and Body Lotion that give the best protection for their skin in any conditions or circumstances, especially in tropical are more often exposed to the sun and also able to increase marketing sales of its own products.

In chapter one are about of the issues discussed, from here we have the Rumusan Masalah that helps to designing advertising Video to be a information media about the Natural Honey Hand and Body Lotion product. in chapter one also contained the objectives, benefits, and systematic design. the second chapter will discuss the theory and process data related to video capture. ranging from preproduction, production, up to the editing stage. It is ends on the analysis that researcher used is SWOT.

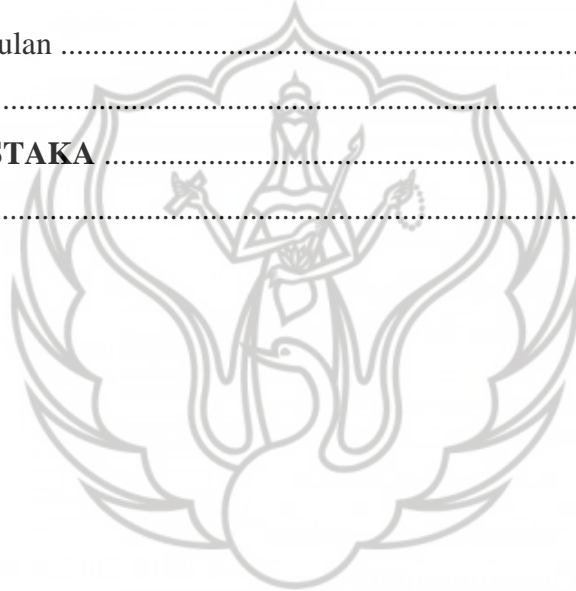
Keyword : *Natural Honey, Handbody Lotion, Video Iklan*

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar.....	iii
Ucapan Terimakasih	iv
Lembar Pernyataan	vi
Abstrak	vii
Abstrack	viii
Daftar isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Batasan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Perancangan.....	5
1.7 Skematika Perancangan.....	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	10
2.1 Data Perusahaan.....	10
2.2 Produk	11
2.3 Media Promosi yang Pernah Digunakan.....	16
2.4 Videografi	16
2.5 Motion Graphic.....	18
2.6 Stop Motion.....	19
2.7 Jenis-jenis Shoot (Bidikan Kamera)	21
2.8 Jenis-jenis Transisi pada Editing.....	22

2.9 Periklanan	23
2.10 Metode Analisis SWOT	26
2.11 Analisa Kompetitor	30
2.12 Kesimpulan	33
BAB III. KONSEP PERANCANGAN.....	34
3.1 Pra-Produksi.....	34
A. Tujuan dan Strategi Komunikasi.....	34
1. Tujuan Komunikasi.....	34
2. Strategi Komunikasi.....	34
3.2 Konsep Media.....	34
3.3 Strategi Media.....	36
3.4 Tujuan dan Strategi Kreatif.....	36
A. Tujuan Kreatif.....	36
B. Stategi Kreatif.....	37
3.5 Isi Pesan.....	37
A. Bentuk Pesan.....	38
B. Strategi Visual.....	39
C. Program Kreatif.....	41
3.6 Konsep Perencanaan Video Iklan	44
A. Tema Pokok.....	44
B. Synopsis	44
C. Script	45
D. Story Line	47
3.7 Media Pendukung.....	50
A. Brosur	50
B. Merchandise	50
3.8 Biaya Kreatif.....	51
A. Biaya Pra Produksi	51
B. Biaya Produksi.....	51
C. Biaya Kreatif	52
D. Biaya Mendia Pendukung	52

BAB IV VISUALISASI KARYA	53
4.1 Story Board	53
4.2 Alternatif Story Board	59
4.3 Media Utama	63
4.4 Media Pendukung	72
A. Poster	72
B. Brosur	73
C. Gelas dan Kaos	73
4.5 Audience Test	74
BAB V. PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Natural Honey Moisture Rich	14
Gambar 2 Natural Honey Pure White	14
Gambar 3 Natural Honey Antioxidant	15
Gambar 4 Natural Honey Firm & Youthful	15
Gambar 5 <i>consumer's prespective mind</i>	32
Gambar 6 <i>storyboard alternatif</i>	59
Gambar 7 <i>storyboard alternatif</i>	59
Gambar 8 <i>storyboard alternatif</i>	60
Gambar 9 <i>storyboard alternatif</i>	60
Gambar 10 <i>storyboard alternatif</i>	60
Gambar 11 <i>storyboard alternatif</i>	61
Gambar 12 <i>storyboard alternatif</i>	61
Gambar 13 <i>storyboard alternatif</i>	61
Gambar 14 <i>storyboard alternatif</i>	62
Gambar 15 <i>storyboard alternatif</i>	62
Gambar 16 <i>storyboard alternatif</i>	62
Gambar 17 <i>storyboard alternatif</i>	63
Gambar 18 Scene 1 <i>video branding</i>	63
Gambar 19 Scene 2 <i>video branding</i>	64
Gambar 20 Scene 3 <i>video branding</i>	64
Gambar 21 Scene 4 <i>video branding</i>	65
Gambar 22 Scene 5 <i>video branding</i>	65
Gambar 23 Scene 6 <i>video branding</i>	66
Gambar 24 Scene 7 <i>video branding</i>	66
Gambar 25 Scene 8 <i>video branding</i>	67
Gambar 26 Scene 9 <i>video branding</i>	67
Gambar 27 Scene 10 <i>video branding</i>	68
Gambar 28 Scene 11 <i>video branding</i>	68
Gambar 29 Scene 12 <i>video branding</i>	69

Gambar 30 Scene 13 <i>video branding</i>	69
Gambar 31 Scene 14 <i>video branding</i>	70
Gambar 32 Scene 15 <i>video branding</i>	70
Gambar 33 Scene 16 <i>video branding</i>	71
Gambar 34 Scene 17 <i>video branding</i>	71
Gambar 35 Scene 18 <i>video branding</i>	72
Gambar 36 Desain Poster.....	72
Gambar 37 Desain Brosur.....	73
Gambar 38 Desain <i>Merchandise</i>	73
Gambar 39 <i>Audience Comments</i>	74
Gambar 40 <i>Audience Comments</i>	75



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Produksi	43
Tabel 2 <i>Story Line</i>	47
Tabel 3 Biaya Pra Produksi	51
Tabel 4 Biaya Produksi	51



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap negara memiliki letak wilayah dengan keunikan dan keistimewaan tersendiri termasuk negara Indonesia. Jika dilihat dari posisi astronomis, Indonesia terletak di kawasan iklim tropis dan berada di belahan timur bumi. Negara-negara yang memiliki iklim tropis pada umumnya dilimpahi alam yang luar biasa. Curah hujan tinggi akan membuat tanah menjadi subur serta flora dan fauna yang sangat beraneka ragam. Di Indonesia hanya terjadi dua kali pergantian musim dalam setahun yaitu musim kemarau dan hujan. Karena letak Indonesia berada di kawasan tropis, hal ini membuat Indonesia selalu disinari matahari sepanjang tahun. Namun dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir, sinar matahari terasa sangat terik dan musim kemarau berlangsung lebih lama. Efek dari pemanasan global ini membuat kita perlu memberikan perlindungan bagi kulit dari paparan sinar matahari. Matahari mengandung 3 jenis sinar, yaitu *UVA*, *UVB* dan *UVC*.

Sinar *UVA*, sinar ini merupakan komponen terbanyak sinar matahari yang masuk ke bumi, karena mudah menembus lapisan ozon (lapisan pelapis dan pelindung bumi dari sinar matahari). Sinar *UVB* juga berbahaya, sebab mampu menyebabkan timbulnya *melanoma* (kanker kulit paling ganas) yang dianggap terjadi akibat paparan hebat *UVB* di bawah usia 20 tahun. Sebagian besar sinar ini diserap lapisan ozon. *UVC* adalah komponen sinar *UV* yang paling berbahaya. Namun, sinar *UVC* diblok oleh lapisan ozon, sehingga tidak bisa sampai ke bumi.

Bagi masyarakat Indonesia khususnya wanita yang mendapatkan paparan sinar matahari yang cukup banyak, penting sekali untuk memberikan perlindungan bagi kulit baik saat beraktifitas di dalam maupun di luar ruangan. Bagi wanita, menggunakan *lotion* adalah salah satu kebutuhan utama. Apalagi bagi mereka yang sering melakukan aktivitas di luar rumah dan sering terkena paparan sinar matahari. Melindungi kulit dari sengatan

matahari adalah hal yang penting karena sinar matahari mengandung *UVA* dan *UVB* yang dapat memberikan efek negatif bagi kulit. Efek negatif tersebut seperti membuat kulit kusam dan tidak bercahaya, timbul bintik-bintik hitam, dan juga bisa membuat kulit kering seperti tak terawat. Namun tidak hanya pada aktifitas di luar ruangan saja. Aktifitas di dalam ruangan berAC juga perlu mendapat perlindungan karena AC dapat membuat kulit menjadi kering.

Dari sinilah muncul berbagai macam perusahaan ternama yang berupaya untuk memberikan solusi perawatan kulit berupa *lotion* bagi wanita. *Lotion* adalah sediaan kosmetika golongan *emolien* (pelembut) yang mengandung air lebih banyak. Sediaan ini memiliki beberapa sifat, yaitu sebagai sumber lembab bagi kulit, memberi lapisan minyak, membuat tangan dan badan menjadi lembut, tetapi tidak berasa berminyak dan mudah dioleskan. *Hand and body lotion* (losion tangan dan badan) merupakan sebutan umum bagi sediaan ini di pasaran (Sularto, et al, 1995).

Lotion dimaksudkan untuk pemakaian luar kulit sebagai pelindung. Konsistensi yang berbentuk cair memungkinkan pemakaian yang cepat dan merata pada permukaan kulit, sehingga mudah menyebar dan dapat segera kering setelah pengolesan serta meninggalkan lapisan tipis pada permukaan kulit (Lachman, et al, 1994).

Salah satu perusahaan ternama yang memproduksi *hand and body lotion* bagi wanita adalah PT. Tempo Scan. PT Tempo Scan Pacific Tbk dan anak perusahaannya (Tempo Scan) merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. Tempo Scan telah membuktikan kompetensinya di geliat industri dengan keberadaan empat Divisi Usaha Inti (*Core Business Divisions*), yakni Divisi Farmasi, Divisi Produk Konsumen dan Kosmetika, Divisi Manufaktur dan Divisi Distribusi dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Beberapa produk unggulan dari Tempo Scan, seperti bodrex,

hemaviton, NEO rheumacyl, Vidoran, Marina dan My Baby terus menjadi pilihan yang melekat di hati masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun.

Hand and body lotion lain yang diproduksi selain Marina adalah Natural Honey. Produk Natural Honey termasuk ke dalam kelompok produk *CPC (Cosmetic and Personal Care)*. *Brand* Natural Honey sendiri berada di bawah PT.Barclay Products dari *holding* PT.Tempo Scan Pasifik Tbk. Natural Honey diluncurkan pertama kali di Indonesia pada era 1980-an sebagai produk global merek Revlon yang kemudian diakuisi oleh Tempo Scan sebagai perusahaan yang lahir, tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Natural Honey Hand & Body Lotion adalah *Hand & Body Lotion* yang terbuat dari madu alami yang dipercaya mempunyai banyak manfaat, salah satunya bagi kulit. Madu alami berkhasiat untuk menjaga dan membuat kulit sehat. Natural Honey Hand and Body Lotion mengambil inspirasi kecantikan wanita Paris yang dipercaya sebagai kota mode & fashion.

Dalam pemasarannya, Natural Honey memang tidak seterkenal Marina yang jauh lebih dulu diluncurkan. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi khusus dalam pemasaran produk *lotion* ini agar lebih dikenal masyarakat khususnya wanita dewasa yang aktif sebagai target market dari produk Natural Honey. Salah satu strategi yang akan dibuat adalah video iklan yang berdurasi kurang lebih dua menit. Video iklan ini dibuat sebagai sarana promosi produk untuk meningkatkan pemasaran sekaligus memperkenalkan kepada konsumen secara sederhana tentang produk Natural Honey. Video iklan Natural Honey dapat pula digunakan oleh prinsipal sebagai alat bantu saat presentasi kepada client. Video iklan ini akan ditempatkan di web Natural Honey HBL, media sosial serta di tempatkan di klinik kecantikan kulit yang bekerja sama dengan Natural Honey.

Video iklan ini diharapkan mampu membuat konsumen lebih mengenal Natural Honey mulai dari pembuatan, kandungan bahan, pengaplikasian, hingga fungsinya bagi kulit wanita. Dengan demikian melalui video iklan ini, wanita dapat mengetahui *lotion* yang mereka butuhkan bagi perlindungan kulit mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion bagi wanita Indonesia secara menarik?

1.3 Tujuan Perancangan

Merancang video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion bagi wanita Indonesia secara menarik agar mudah dipahami oleh konsumen.

1.4 Batasan Perancangan

Untuk lebih mempermudah pengerjaan, diperlukan batasan perancangan video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion ini, antara lain :

1. Perancangan video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion ini akan dibuat dengan durasi kurang lebih 2 menit. Waktu yang dibuat cukup singkat agar terkesan lebih sederhana, tidak menjemukan dan mudah dipahami.
2. Teknik yang digunakan menggunakan teknik *shoting*, *motion graphic* dan *stop motion*. Penggabungan 3 teknik ini digunakan untuk memberikan kesan yang unik dan tidak menjemukan.
3. Video iklan ini akan ditempatkan di *website* dan sosial media seperti youtube dan klinik kecantikan atau klinik kosmetik yang menjual produk atau bekerja sama dengan Natural Honey Hand and Body Lotion.
4. Target Audience :
 - a. Usia : 25 sampai 35 tahun
 - b. Jenis kelamin : wanita
 - c. Pekerjaan : semua bidang pekerjaan
 - d. Wilayah : Indonesia

1.5 Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi mahasiswa
 - a. Menjadikan diri semakin berkembang karna memiliki pengalaman baru untuk menciptakan video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion.
 - b. Dapat merancang suatu media komunikasi visual yang berupa video iklan yang menarik dan mudah dipahami, sehingga tidak hanya digunakan sebagai pengerjaan tugas.
 - c. Menambah wawasan karena dalam perancangan ini membutuhkan banyak referensi dan cara untuk membuat perancangan video iklan.
2. Manfaat bagi perusahaan
 - a. Menghasilkan suatu media komunikasi visual yang baru, kreatif, menarik, baik dan bermanfaat, bagi konsumen.
 - b. Dapat meningkatkan penjualan produk.
 - c. Dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas melalui sosial media.
3. Manfaat bagi masyarakat

Dapat lebih memahami dan mengenal Natural Honey Hand and Body Lotion sebagai produk yang dibutuhkan oleh wanita Indonesia untuk perlindungan kulit yang mengandung madu alami.

1.6 Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Kualitatif

Metode Perancangan yang akan digunakan dalam perancangan desain ini dilakukan dengan riset yang berawal dari pengumpulan data secara kualitatif, sehingga memudahkan perancangan desain pada media yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya.

- a. Primer : melalui proses wawancara, umumnya dilakukan dengan wawancara terhadap narasumber atau koresponden yaitu kepada *client* yaitu PT. Tempo Scan Pasifik Tbk. yang memproduksi Natural Honey Hand and Body Lotion, sehingga didapatkan data verbal yang mengenai data-data produk, target market, dan sebagainya.
- b. Sekunder : melalui berbagai sumber seperti buku, artikel, internet, dsb.

Umumnya merupakan data yang berupa gambar, simbol, ataupun ikonik, sehingga terlihat oleh indera pengelihatan. Data ini dibuat menjadi video iklan yang di dalamnya terdapat *video, motion graphic dan stop motion* mengenai produk Natural Honey Hand and Body Lotion. Video iklan ini akan diberikan langsung kepada *client* dan target *audience* PT. Tempo Scan Pasifik Tbk. dan wanita Indonesia.

2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis yaitu menggunakan metode SWOT sebagai dasar media dan metode 5W+1H (*What, Who, When, Why, Where and How*) sebagai dasar untuk objek perancangan.

a. What

Apa yang dibuat dalam perancangan ini?

Sebuah video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion di mana video tersebut memperkenalkan kepada wanita Indonesia tentang produk yang mampu memberikan perlindungan bagi kulit cantik mereka yaitu Natural Honey Hand and Body Lotion.

b. Why

Mengapa perlu dibuat?

Sebagai media promosi bagi Natural Honey untuk lebih mengenalkan produk mereka kepada wanita Indonesia dan meningkatkan pemasaran dari produk tersebut. Oleh sebab itu, video iklan ini akan sangat membantu perusahaan dan wanita Indonesia untuk memilih produk dengan kandungan bahan alami.

c. Who

Siapa *Target Audience*?

Wanita Indonesia yang berusia 25-35 tahun yang aktif dalam dunia kerja baik yang bekerja di dalam ruang maupun di luar ruang dan membutuhkan perlindungan bagi kulit mereka agar tetap sehat dan cantik.

d. Where

Di mana video iklan ini nantinya akan di publikasikan?

Video iklan ini akan diberikan kepada *client* yang bersangkutan yaitu PT. Tempo Scan Pasifik Tbk. yang selanjutnya akan dipublikasikan melalui *website* dan sosial media serta digunakan dalam presentasi atau *meeting client, placement* di klinik kecantikan kulit yang bekerjasama, *upload* pada sosial media agar lebih mudah dijangkau dan dilihat oleh seluruh wanita Indonesia.

e. When

Kapan video iklan ini dapat diakses?

Video iklan ini dapat diakses sesuai dengan jadwal dan kebijakan dari pihak terkait.

f. How

Bagaimana membuat perancangan video iklan tersebut?

Dengan cara :

- 1) Mengumpulkan data terlebih dahulu dari produk Natural Honey Hand and Body Lotion.
- 2) Melakukan studi ilustrasi dan menentukan pengambilan gambar yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan ini.
- 3) Membuat *storyboard*.
- 4) *Study* warna dan *typography* karna sangat berpengaruh terhadap karya desain.
- 5) *Study* gaya desain.
- 6) Membuat tahapan kandungan bahan, proses pembuatan, pengaplikasian dan fungsi agar lebih jelas.

Dari metode inilah dapat menentukan pengaplikasian video iklan ini secara menarik, efektif dan komunikatif.

3. Tahapan Perancangan

a. Pra Produksi

Adalah tahapan yang harus dilakukan sebelum melakukan produksi, beberapa hal yang harus diperhatikan seperti pembuatan konsep/naskah,

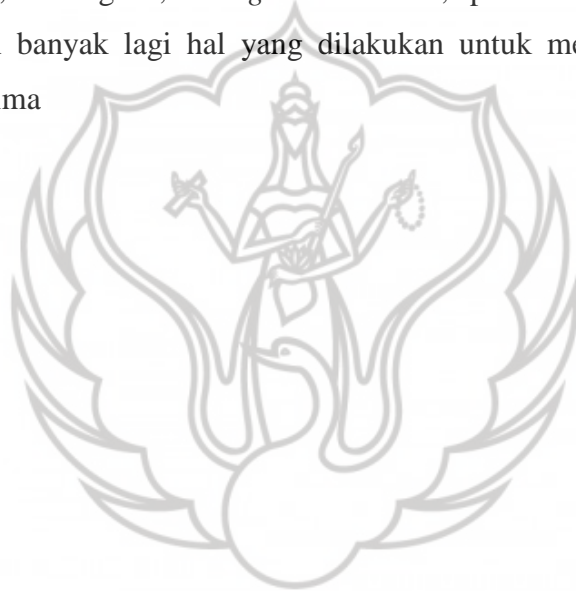
menentukan *budgeting* produksi, menentukan *talent*, lokasi, *crew* dan *property*.

b. Produksi

Dalam tahapan ini, perlu ditentukan kerja team yang sudah ada seperti manajemen lokasi (perijinan, keamanan dan keselamatan), koordinasi *talent* (kostum, *make up*, *wardrobe*, dsb), manajemen waktu (konsumsi, kecepatan kerja, penyediaan alat), koordinasi *crew* dan kegiatan *crew*.

c. Pasca Produksi

Dalam tahapan akhir ini perlu dilakukan proses *editing video*, *editing photo*, videografi, *background* musik, pembacaan narasi/skrip, dan masih banyak lagi hal yang dilakukan untuk memberikan hasil yang maksima



1.7. Skematika Perancangan

