

BAB IV

KONSEP PERANCANGAN

A. Gambaran Umum

Video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio merupakan video iklan yang dirancang untuk mengenalkan beberapa produk karya rancangan dari Monique Gracia Studio kepada masyarakat luas, sehingga diharapkan mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas melalui media video iklan.

Perancangan video iklan Monique Gracia Studio mengusung konsep romantis klasik Eropa yang sesuai dengan ciri khas dari produk rancangan tersebut. Pemilihan 3 orang model, *makeup soft* namun kuat di bagian mata, lokasi tempat klasik dan *setting* dekor disesuaikan dengan tema yang dirancang. Menggunakan *backsound* piano klasik yang tepat sesuai dengan konsep tema. Untuk pemilihan *tone* warna yang akan digunakan adalah *classic brown*, yang identik dengan konsep klasik eropa namun dengan kontras yang jelas, dengan teknik pencahayaan menggunakan *natural light* dan *artificial light* menggunakan *continuous light* yang bersifat *soft light*.

Diatas merupakan pendekatan yang akan dilakukan dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio sehingga nuansa romantis, elegan dan klasik gaya Eropa dari video iklan tersebut mampu mempengaruhi masyarakat luas supaya menjadikan produk *fashion bridal* Monique Gracia Studio sebagai pilihan yang tepat.

B. Tahapan Produksi Video Iklan

1. Pengembangan Skenario

a. Premis

Mengenalkan produk *fashion bridal* Monique Gracia Studio kepada masyarakat luas melalui media video iklan.

b. Sinopsis

Hari pernikahan merupakan hari yang tentunya dinanti-nanti oleh setiap wanita. Hari dimana segala sesuatunya ingin selalu tampil maksimal, mulai dari *make up*, gaun pengantin, maupun pernak-pernik aksesoris yang dikenakan tentunya harus menunjang tampilan pemakainya.

Ketiga calon mempelai wanita yang hendak melaksanakan pernikahan, yang mengenakan berbagai macam rancangan karya Monique Gracia Studio. Ketiga wanita tersebut berinteraksi satu sama lain di sebuah lokasi kuno, sambil berpose memamerkan gaun pengantin dengan detail tinggi. Mereka tampil ekspresif dan percaya diri saat memakai rancangan gaun rancangan karya Monique Gracia Studio.

c. Treatment

- *Fade in*
- Nella menatap ke jendela
- Detail tangan Nella

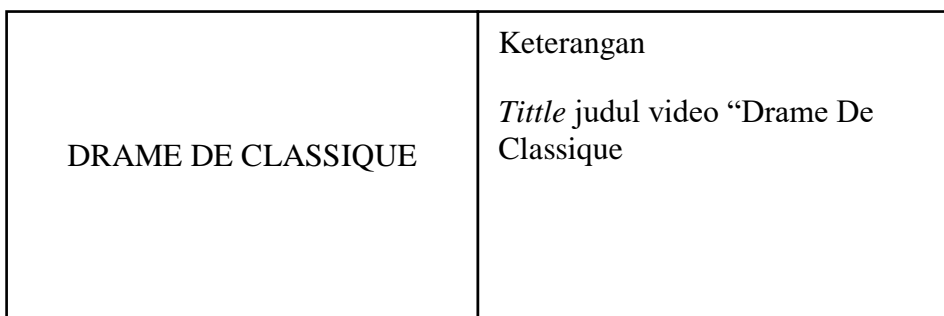
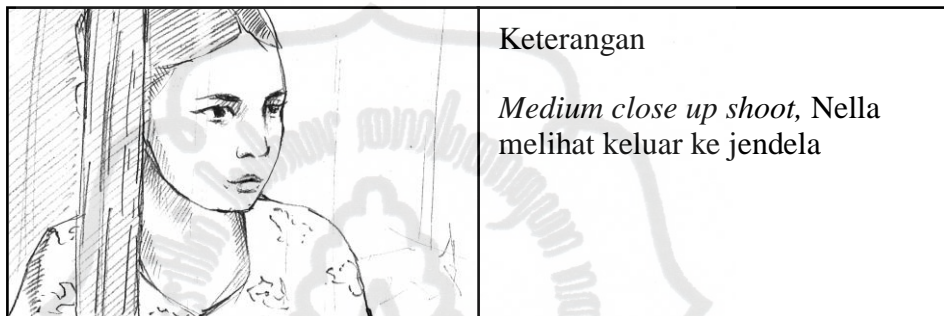
- Nella berada di samping jendela
- Nella menatap ke arah luar
- Interaksi tangan
- *Title: Drame de Classique*
- Lia dan Nella berjalan, Grace duduk
- Grace memalingkan muka
- Detail Gaun bagian atas
- Detail gaun bagian bawah
- Detail gaun bagian bawah
- Detail ketiga gaun
- Interaksi tangan
- Detail gaun tampak seluruhnya
- Detail gaun tampak bagian setengah badan
- *Close Up* wajah Nella
- Grace, Nella dan Lia berada dalam satu *frame*
- Grace dan Lia menatap kamera
- Detail wajah Grace
- Detail gaun
- Grace, Nella dan Lia berada dalam satu *frame*
- Grace menatap kamera berada di samping jendela
- Detail Gaun
- Lia dan Nella duduk

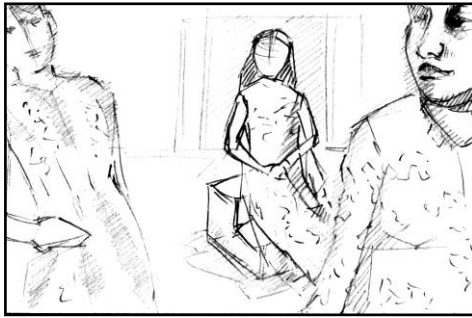
- Detail Gaun
- Grace, Nella dan Lia berada dam satu *frame*
- Lia Berjalan ke arah luar
- Grace, Nella dan Lia berada dam satu *frame*
- Lia dan Grace menampilkan detail gaun
- Logo Monique Gracia Studio
- Fade Out

d. Storyboard

	<p>Keterangan</p> <p><i>Tittle</i> logo ”,Monique Gracia Studio”</p>
--	--

	<p>Keterangan</p> <p><i>Medium close up</i>, Nella menatap ke jendela</p>
---	---

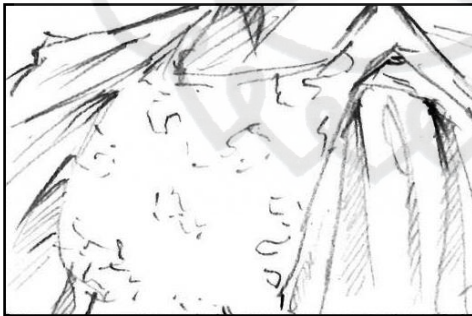


**Keterangan**

Medium shot, Ketiga model berada dalam satu *frame* bersamaan, Nella berada di depan bersama Lia, Grace duduk

**Keterangan**

Medium close up, Grace dan Nella berdekatan satu sama lain

**Keterangan**

Big close up, Detail baju gaun

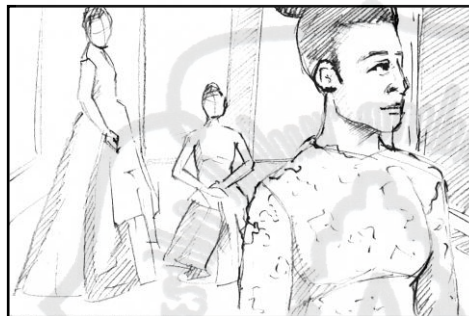
**Keterangan**

Big close up shoot, Nella berkedip membuka mata ke arah kamera



Keterangan

Medium close up, Grace dan Lia menghadap kamera



Keterangan

Medium shot, Ketiga model berada dalam satu *frame* bersamaan, Grace menoleh ke jendela



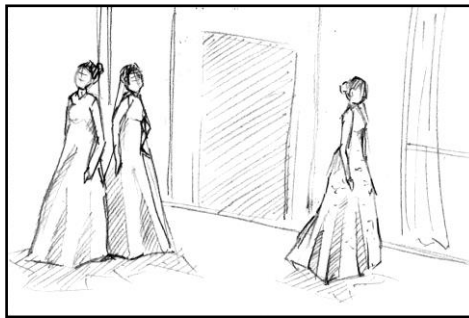
Keterangan

Big close up, detail gaun



Keterangan

Medium shot, Ketiga model berada dalam satu *frame* bersamaan, Grace dan Nella berdekatan satu sama lain, dan Lia tampak samar-samar

**Keterangan**

Full shot, Ketiga model berada dalam satu *frame* bersamaan, ketiganya berdiri dan memalingkan muka

**Keterangan**

Knee shot, Grace menatap kamera

**Keterangan**

Medium shot, Lia membalikan badan menghadap kamera

**Keterangan**

Knee shot, Lia dan Nella berdekatan satu sama lain

**Keterangan**

Cut in, memainkan jari sambil duduk

**Keterangan**




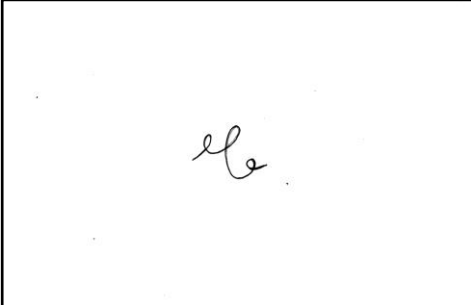
Knee shot, Grace melihat keluar jendela

**Keterangan**

Close up, Lia melihat ke arah luar

**Keterangan**

Knee shot, Ketiga model berada dalam satu *frame* bersamaan, sambil duduk menatap ke kamera

	<p>Keterangan</p> <p><i>Medium shot</i>, Lia berjalan menuju ke depan</p>
	<p>Keterangan</p> <p><i>Medium shot</i>, ketiganya diam di tempat</p>
	<p>Keterangan</p> <p><i>Medium shot</i>, Ketiga model berada dalam satu <i>frame</i> bersamaan, ketiganya berjalan bersamaan</p>
	<p>Keterangan</p> <p>Logo ”Monique Gracia Studio”</p>

Tabel 2: Storyboard

2. Pra Produksi

a. Memilih *Crew*

Dalam tahapan pra produksi dilakukan dengan memilih *crew* yang bertugas dalam produksi video iklan. Pemilihan *crew* disesuaikan dengan kebutuhan produksi, diantaranya adalah:

1. Produser

Produser bertugas dalam memimpin maupun mengkoordinasi, mensupervisi dan mengontrol segala hal tentang pembiayaan, merekrut *talent* atau *crew* dan pengaturan distribusi. Produser juga terlibat pada keseluruhan tahapan proses pembuatan video dari awal sampai akhir.

2. Sutradara

Sutradara bertugas dalam mengarahkan *talent* dan *crew* pada saat proses produksi dan berkeren sebagai penanggung jawab pada saat produksi video iklan.

3. *Director of Photography / D.O.P*

D.O.P bertugas mengepalai kru kamera dan *lighting*. DOP membuat keputusan pada pencahayaan dan pembedaan adegan dan berkoordinasi dengan sutradara. Biasanya, sutradara menceritakan bagaimana mereka ingin tampilan saat shooting, dan DOP memilih *aperture* yang tepat, *filter*, dan pencahayaan untuk mencapai efek yang diinginkan.

4. *Set Designer & Property*

Set Designer & Property bertugas untuk memastikan bahwa properti ada ditempat yang seharusnya pada saat dibutuhkan untuk suatu produksi sekaligus bertanggung jawab atas *set* dan konstruksi tata letak bagian-bagian dalam *setting*.

4. *Make up Artist & Wardrobe*

Make Up Artist bertugas membuat manipulasi tampilan *talent* di layar agar sesuai dengan kebutuhan skenario pada saat produksi pengambilan gambar. *Make up artis* yang berkonsentrasi ke bagian badan. Selain itu juga memiliki tatanan rambut dan membuat efek-efek khusus untuk menciptakan karakter bagi siapapun yang akan muncul di layar.

Wardrobe memiliki peranan bertanggung jawab atas kostum yang dipakai dalam kebutuhan produksi.

5. *Editor*

Editor bertugas memiliki peran pada saat pasca produksi yang bertugas memotong dan menyatukan beberapa gambar yang telah diambil pada proses produksi sehingga menjadi sebuah video yang utuh.

b. Pre Production Meeting

Pre production meeting bertujuan untuk mengumpulkan seluruh *crew* untuk memberikan arahan dari sutradara kepada seluruh *crew*, sehingga memberikan gambaran untuk proses produksi berlangsung. Selain itu juga membahas tentang lokasi, jadwal *shooting*, dan menentukan hal-hal yang berkaitan pada saat produksi baik teknis maupun non teknis.

3. Produksi

Dalam Proses Produksi perancangan video iklan Monique Gracia Studio meliputi proses *shooting* pengambilan gambar. Seluruh gambar yang diambil berdasarkan konsep *treatment* dan *storyboard* yang sudah ditentukan pada proses sebelumnya. Secara umum gambar yang akan diambil dalam produksi ini meliputi model yang mengenakan gaun pengantin rancangan Monique Gracia Studio maupun suasana sekitar.

4. Pasca Produksi

a. *Offline Editing*

Pada tahap pasca produksi, setelah selesai proses pengambilan gambar, maka dalam tahap ini akan dilakukan proses *editing* sesuai dengan *storyboard* dan *treatment* yang telah disusun. Pada tahap *offline editing* langkah awal adalah memilih gambar yang telah dirasa sesuai kemudian disusun hingga menghasilkan *rough cut*. Ketika sudah diangkap baik maka sudah dianggap sebagai *picture lock* yang sudah tidak bisa diubah lagi.

b. *Online Editing*

Pada tahap selanjutnya yaitu *online editing*, dilakukan proses *coloring* dan pemberian *backsound* sesuai dengan konsep. Ketika *coloring* dan *backsound* selesai maka gambar dan suara digabungkan sehingga menghasilkan *final cut*.

C. Media Pendukung

1. Konsep Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk mendukung dan menguatkan media utama yang berupa video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio. Media pendukung dipilih dengan mempertimbangkan media utama, sasaran perancangan, efektifitas media.

2. Konsep Visual Verbal dan Non Verbal

2.1. Konsep Verbal

Penyampaian pesan secara verbal adalah penyampaian pesan dalam bentuk bahasa kata atau menggunakan ungkapan penggambaran. Strategi secara verbal yang digunakan untuk perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio sebagai berikut:

a. *Headline*

Headline atau judul artikel berfungsi mengantarkan pandangan mata pembaca menuju teks pada artikel yang disajikan. *Headline* biasanya memiliki ukuran lebih besar untuk menarik perhatian pembaca dan membedakannya dengan elemen *layout* yang lain. *Headline* yang digunakan dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio adalah '*Drame de Classicque*'.

b. *Tagline*

Tagline berupa susunan kata atau frasa yang digunakan untuk merangkum atau mengekspresikan tujuan dan semangat merek. *Tagline* mempunyai peran dan manfaat khusus dalam mendukung komunikasi merek. Manfaat tersebut di antaranya adalah untuk menambah energi aktif pada logo, memberikan dorongan motivasi pada khalayak, dan memberikan detail singkat tentang hal yang ditawarkan merek. Dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio ini, *tagline* yang digunakan adalah “***a classy rythm.***”

c. *Tipografi*

Tipografi adalah segala hal yang berhubungan dengan huruf. Tipografi yang baik adalah tipografi yang mudah dikenal, berkarakter, jelas, dan memiliki keterbacaan yang baik. Tipografi yang digunakan dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio ini disesuaikan dengan aspek pendekatan terhadap *target audience*.

Mongolian Baiti

Mongolian Baiti merupakan *font* dalam jenis *Serif*. *Font* ini bersifat klasik, anggun, tradisional, serius, *reliable*, *respectable*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy

Zz 1234567890

2.2.Konsep Non Verbal

Penyampaian pesan secara non-verbal adalah penyampaian pesan yang diwujudkan dalam bentuk ungkapan penggambaran rupa maupun suara. Strategi perancangan secara non-verbal yang digunakan dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio adalah sebagai berikut:

a. Warna

Warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif atau psikologis sebagai pengalaman indra pengelihatan. Warna yang digunakan dalam perancangan video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio adalah warna-warna yang memberikan nuansa klasik dan hangat.



C0 M0 Y0 K0, R254 G254 B254



C40 M58 Y82 K0, R171 G123 B75



C0 M0 Y0 K100, R0 G0 B0

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar untuk membantu memperjelas pemaparan, baik itu berupa gambar ataupun foto. Ilustrasi yang digunakan dalam video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio adalah ilustrasi yang menggambarkan ekspresi percaya diri dan feminim dari model yang mengenakan gaun rancangan Monique Gracia Studio.

c. *Layout*

Layout merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Pembuatan *layout* pada perancangan ini akan memperhatikan prinsip-prinsip *layout*, yaitu urutan perhatian, penekanan, keseimbangan dan kesatuan. *Layout* yang digunakan akan saling menyesuaikan dengan unsur verbal dan non-verbal yang terdapat di dalamnya.

2.3. Pemilihan Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk mendukung dan menguatkan media utama yang berupa video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio. Media pendukung dipilih dengan mempertimbangkan media

utama, sasaran perancangan, efektifitas media, dan instansi terkait sebagai sumber dana. Media pendukung video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio, sebagai berikut:

a. Katalog

Katalog adalah suatu daftar terurut yang berisi informasi tertentu dari benda atau barang yang didaftar. Dalam perancangan kali ini menampilkan ilustrasi foto produk beserta keterangan penjelas secara detail tentang *fashion bridal* Monique Gracia Studio.

b. *Postcard*

Postcard merupakan selembarnya kertas tebal berbentuk persegi panjang yang digunakan untuk menulis dan pengiriman tanpa amplop dan dengan harga yang lebih murah dari pada surat. Dalam perancangan kali ini menampilkan ilustrasi foto produk tentang *fashion bridal* Monique Gracia Studio.

c. *Instagram stories ads*

Instagram stories ads merupakan *platform* pertama yang memungkinkan tampilan yang *full screen* 9:16 pada *platform*. Iklan yang dapat *diskip* muncul di antara *stories* dalam transisi yang mulus dan ditandai dengan label “Disponsori”. Dalam *Instagram stories ads* dapat menyertakan satu gambar atau video hingga 15 detik .

D. Distribusi

Video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio memerlukan distribusi supaya video ini dapat sampai ke masyarakat luas. Berikut merupakan strategi distribusi yang akan dilakukan

1. Primer

Untuk mencapai sasaran masyarakat luas, video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio menggunakan *platform instagram*, karena *instagram* merupakan *platform* yang mampu mencapai masyarakat luas, karena *Instagram* banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Selain video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio, juga dibuat *instagram story ads* dengan durasi 15 detik yang mana merupakan media penunjang dalam perancangan ini.

2. Sekunder

Untuk mengenalkan produk dari Monique Gracia Studio kepada masyarakat dalam suatu acara, video iklan *fashion bridal* Monique Gracia Studio ditayangkan pada saat pameran yang diikuti oleh Monique Gracia Studio baik itu pameran *fashion bridal*, maupun pameran *wedding fair*, yang diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat untuk menjadikan produk rancangan Monique Gracia Studio menjadi pilihan yang tepat.

E. Perencanaan Biaya

1. Media Utama

Produksi Video Iklan

1) Sewa 2 kamera Sony a7 II	x Rp 400.000	Rp 800.000,00
2) Sewa kamera Sony a6000	x Rp 240.000	Rp 240.000,00
3) Sewa lensa Sony FE 50mm	x Rp 70.000	Rp 70.000,00
4) Sewa lensa Sony FE 28mm	x Rp 80.000	Rp 80.000,00
5) Sewa lensa Canon 24-70mm	x Rp 175.000	Rp 175.000,00
6) Sewa Zhiyun Crane V2	x Rp 195.000	Rp 195.000,00
7) Sewa 2 LED Amaran 528W	x Rp 80.000	Rp 160.000,00
8) Sewa Ndalem Gondosuli	x Rp 3.000.000	Rp 3.000.000,00
9) Sewa properti	x Rp 500.000	Rp 500.000,00
10) Model 3 orang	x Rp 750.000	Rp 2.250.000,00
11) Make Up Artis 3 model	x Rp 500.000	Rp 1.500.000,00
12) Crew 6 orang	X Rp 100.000	Rp. 600.000,00
13) Konsumsi 15 orang	x Rp 410.000	Rp 410.000,00

2. Media Pendukung

a. Katalog	x Rp 300.000	Rp 300.000,00
b. Postcard	x Rp 150.000	Rp 150.000,00
c. <i>Instagram story ads</i> 1 bulan	x Rp 850.00	Rp 850.000,00

Total **Rp 11.280.000,00**