

BAB IV

ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1 Analisis Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi BRADS TATTOO selain kurangnya materi promosi yang menunjukkan profesionalisme studio, BRADS TATTOO hanya memiliki sedikit akun media sosial dan kekurangan staf. Media sosial yang digunakan mereka adalah aplikasi Instagram. Di aplikasi Instagram BRADS TATTOO, mengunggah sebuah postingan tentang hasil seni tato yang dilukis di kulit konsumen. Tidak hanya dengan memposting foto dan video, pemilik juga mengunggah gulungan ke Instagram, tetapi tidak ada video atau gulungan yang memberi tahu calon konsumen bahwa penelitian BRADS TATTOO sudah sesuai atau memiliki standar SOP atau prosedur operasi standar.

Oleh karena itu penulis memberikan saran kepada klien, khususnya dalam memperkenalkan konten yang dapat menjadi sebuah media promosi, mulai dari staf, ruangan, peralatan dan proses pembuatan tato kepada konsumen yang menunjukkan profesionalitas studio. Pemusatan media iklan dalam satu media sosial seperti Instagram dengan *followers* yang banyak menjadi cara utama untuk menarik perhatian calon konsumen dengan mengunggah movie reel agar dapat melihat dan memahami informasi.

4.2 Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi yang terdapat pada penelitian ini, meliputi:

4.2.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memungkinkan penerapan langkah-langkah komunikasi pada tujuan komunikasi yang direncanakan sebagai target perubahan. Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan pesan dengan membuat video profile yang jelas dan mudah dipahami oleh penonton

yang menonton, karena video ini membahas tentang latar belakang terciptanya BRADS TATTOO dan menunjukkan status sebuah tattoo parlour yang sesuai atau sesuai dengan apa SOPnya adalah. Sebuah studio dikatakan telah mengikuti SOP jika memiliki beberapa kriteria, seperti memiliki tempat tidur, pegangan tangan, kolom, pencahayaan, menggunakan sarung tangan nitrile, dan telah mensanitasi ruang studio. Karena jika ada konsumen yang tidak mengetahui SOP salon tato yang baik dan benar maka akan membahayakan diri mereka sendiri dengan mendatangi salon tato yang tidak mengindahkan SOP tersebut.

4.2.2. Segmentasi, Positioning dan Targeting

Perancangan *video profile* ini memiliki segmentasi, positioning dan targeting berbasis riset.

Tabel 4.1 Tabel Segmentasi, Positioning dan Targeting

1	Segmentasi	<p>Demografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pria dan wanita • Umur 24 tahun keatas <p>Psikografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pria dan wanita yang tertarik dengan seni tato sebagai sarana ekspresi identitas atau mengekspresikan individualitas mereka melalui seniman tato.
2	Positioning	<p>Profil video BRADS TATTOO ini dimaksudkan untuk mengiklankan salon tato kepada konsumen yang tidak mengetahui kondisi standar salon tato profesional.</p>
3	Targeting	<p>Pria dan wanita yang memiliki hobi menggambar sendiri dan ingin ditato di tubuhnya.</p>

4.3 Konsep Visual

Perancangan profil video BRADS TATTOO sebagai brosur memiliki konsep visual sebagai berikut.

4.3.1. Storyline

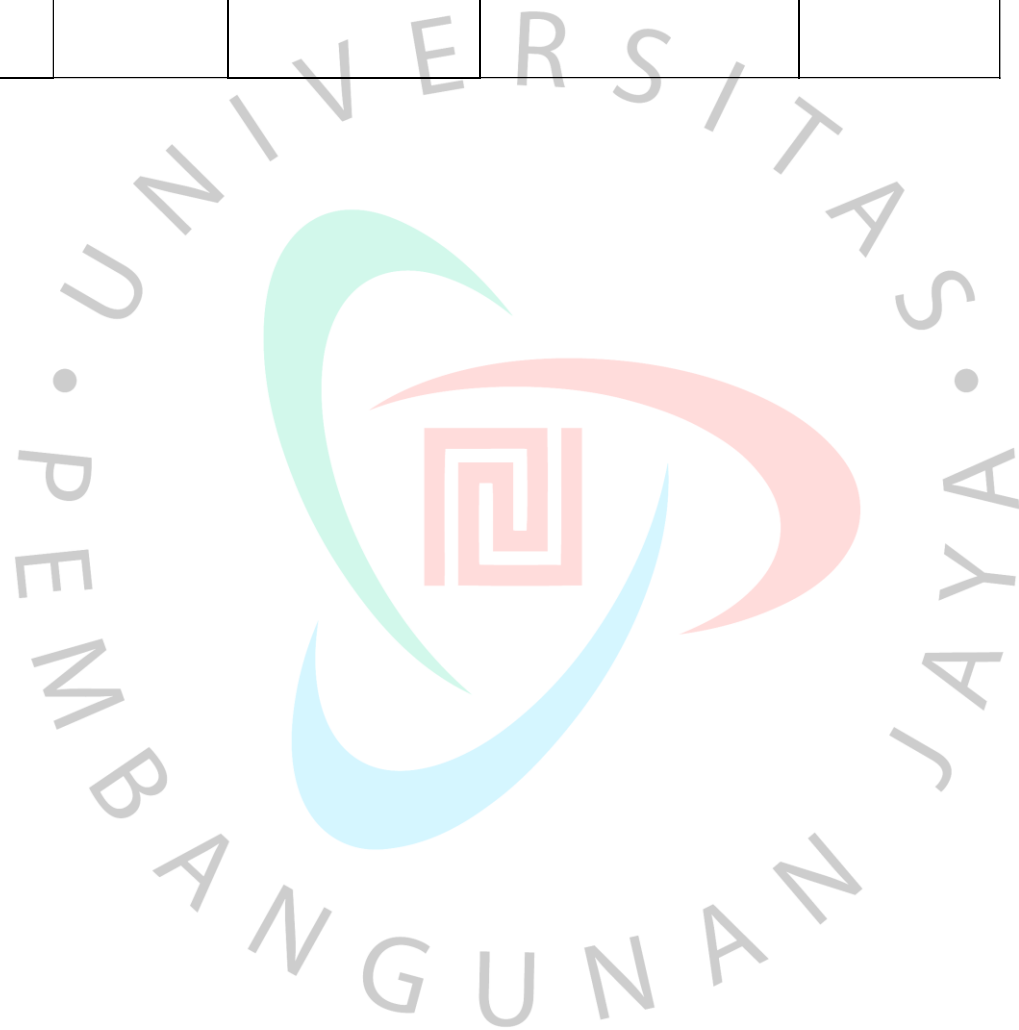
Ini adalah plot yang termasuk dalam desain profil video BRADS TATTOO.

Tabel 4.2 Tabel Konsep Visual
(Sumber Pribadi)

No	Skenario	Visual	Audio	Durasi
1	Opening : Diluar studio	Kamera : <i>Pan Right - following</i>	<i>Backsound : Retro Future</i>	18 detik
2	Perkenalan Owner	Kamera : <i>Stand still - eye level</i>	Wawancara Bersama dengan owner <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	32 detik
3	Footage - wawancara (perkenalan)	Kamera : <i>pan left - following</i>	<i>Voice over wawancara dengan owner</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	8 detik
4	Wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : <i>Stand still - eye level</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	60 detik
5	Footage - wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : <i>Zoom in - Following (blur to clear)</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	13 detik
6	Footage - wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : <i>Tilt up - pan right (clear to blur)</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	7 detik
7	Footage - wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : <i>Following (hand)</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	6 detik
8	Footage - wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : Still	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	3 detik

9	Footage - wawancara (awal terjun ke dunia tatto)	Kamera : (blur to clear) <i>Tilt up – pan right – tilt down</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	19 detik
10	Wawancara (bedanya studio brads sama yang lain)	Kamera : Still	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	19 detik
11	Footage	Kamera : (<i>zoom in</i>) <i>tilt up – pan right – tilt down</i>	<i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	6 detik
12	Wawancara (studio bisa dibilang proper kalo?)	Kamera : Still	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	1 menit 50 detik
13	Footage - Wawancara (studio bisa dibilang proper kalo?)	Kamera : (<i>zoom in</i>) <i>tilt down – pan right – tilt up</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	28 detik
14	Footage - Wawancara (studio bisa dibilang proper kalo?)	Kamera : <i>Still (blur to clear)</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	3 detik
15	Footage - Wawancara (studio bisa dibilang proper kalo?)	Kamera : <i>Still</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	5 detik
16	Footage - Wawancara (studio bisa dibilang)	Kamera : <i>tilt down – pan left</i>	<i>Voice over wawancara</i> <i>Backsound : Future Retro (Animusic)</i>	6 detik

17	Footage - Wawancara (studio bisa dibilang proper kalo?)	Kamera : <i>tilt up – tilt down</i>	Voice over wawancara Backsound : <i>Future Retro (Animusic)</i>	15 detik
18	Ending	Kamera : <i>Still</i>	Voice : <i>tatto sini ya..</i>	5 detik













4.3.2. Storyboard

Adapun berikut adalah *storyboard* yang terdapat pada perancangan *video profile* BRADS TATTOO.

Tabel 4.3 Tabel Storyboard

(Sumber Pribadi)

No.	Skenario	Visual	Skrip Video	Keterangan
1.	Opening Scene		Memperlihatkan para tattoo antusias	Logo BRADS TATTOO muncul di iringi oleh background musik
2.			Owner diperlihatkan dalam video	Background music mengikuti
3.			Suasana di sekitar studio tattoo	Background musik
4.			Kamera mengikuti owner masuk kedalam studio	Following shot dengan background musik
5.	Main Scene		Wawancara dengan owner dimulai	Still shot, eye level
6.			Jarum tattoo yang akan digunakan pada konsumen	Voice over wawancara
7.			Konsumen yang sedang digambarkan tattoo pada bagian tangan	Voice over wawancara
8.			Kembali memperlihatkan owner yang sedang diwawancarai	Voice over wawancara

9.			Sketsa tattoo yang telah dibuat didalam ruangan	Voice over wawancara
10.			Konsumen yang sedang ditatto oleh <i>owner</i>	Voice over wawancara
11.	Closing scene		Hasil tattoo yang telah Digambar pada konsumen dan koleksi tattoo konsumen	Voice over wawancara
12.			Akhir wawancara Bersama <i>owner</i>	
13.			<i>Owner</i> menawarkan audiens untuk menjadi konsumen	Voice over

4.3.3. Proses Pembuatan *Video profile*

Berikut langkah-langkah dalam proses pembuatan video profile BRADS TATTOO sebagai bahan promosi.

a. Pembuatan konsep

Saat membuat profil video BRADS TATTOO, proses pembuatan ide dimulai dengan skrip, skrip, dan papan cerita hingga pengambilan gambar di studio.

b. Peralatan yang digunakan

Alat yang digunakan saat proses pengambilan gambar yaitu:

1. Kamera Cannon 250D
2. Lensa Kit 18-55mm
3. Tripod Tefeng TF-3110 1 meter

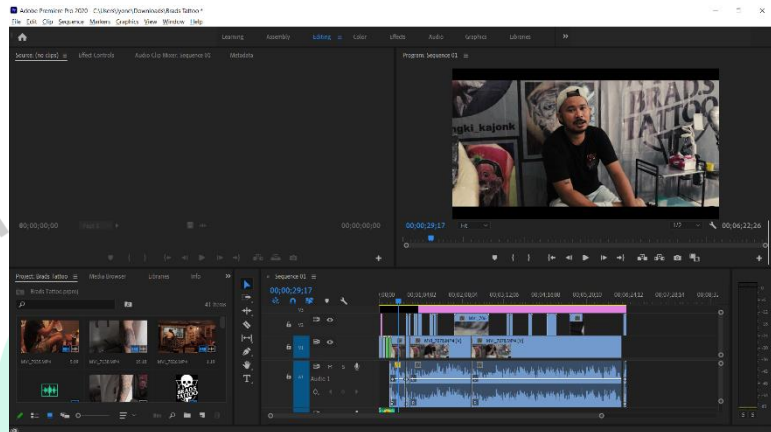
c. Proses pengambilan gambar

Syuting dilakukan mulai 27 November hingga 13 Desember 2022, bertempat di Jl. Rengas Raya No.76, Bintaro, Kec. Pesangrahan, Kota di Jakarta Selatan, Jakarta SAR 15412 Jakarta, Indonesia. Proses pengambilan gambar dilakukan pada siang hari, dimulai dari fotografi studio dan diakhiri pada sore hari saat konsumen difoto.



d. Proses *editing*

Proses editing menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro, dengan teknik cropping, kemudian menambahkan efek dan gradasi untuk menciptakan nuansa sinematik.



Gambar 4.1 Proses Editing

(sumber pribadi)

4.3.4. Hasil Karya

Berikut hasil akhir pembuatan video profile BRADS TATTOO sebagai bahan promosi.

a. *Link karya*

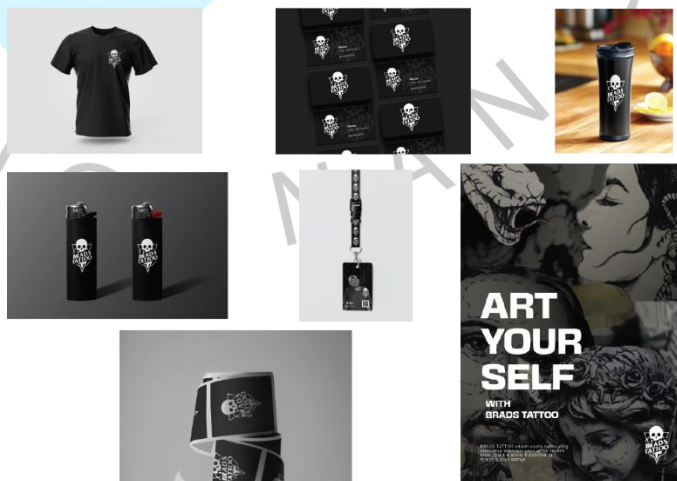
Gambar yang digunakan sebagai thumbnail adalah sketsa dari tattoo artist dari BRADS TATTOO .



Gambar 4.2 Hasil Karya

(sumber: [BRADS TATTOO Video Profile - YouTube](#))

b. Media pendukung



Gambar 4.3 Media Pendukung

(sumber pribadi)