



9.22%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 12 JUL 2024, 4:25 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 1.86% **CHANGED TEXT** 7.36% **QUOTES** 0.16%

Report #22002947

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Perkembangan teknologi dan informasi kini semakin pesat dengan saluran media yang berbeda-beda, Penggunaan media iklan dalam video profil terkadang memiliki daya tarik tersendiri, misalnya Layanan iklan televisi dan media sosial diperlukan untuk menjangkau konsumen promosi yang jelas. Seiring berjalannya waktu, begitu pula metode, waktu, konsep dan ide media untuk menyampaikan informasi. Dimulai dari mulut ke mulut cakupannya tidak luas dan waktu media digital sebagai iklan terbatas singkat namun mempunyai ide dan konsep yang luas dan menarik untuk penyampaian media promosi. Video profil merupakan bentuk lain dari profil audiovisual berupa video klip yang diperkaya dengan animasi dan grafis, difilmkan secara musikal agar sesuai dengan cerita dan visual.

6 Menggunakan metode kualitatif seperti referensi penelitian, teknik wawancara dan observasi lapangan sebagai pengumpulan data, serta pemutakhiran literatur sebagai data literasi. **2** Bengkel Berkah Jaya adalah bengkel yang mempunyai misi memperbaiki dan merawat mobil agar memenuhi persyaratan teknis. Bengkel umum merupakan usaha kecil dan menengah informal yang berdampak pada sistem pelayanan kepada konsumen dan tidak sesuai dengan standarisasi bengkel. Bengkel Berkah Jaya merupakan bengkel yang melayani jasa kendaraan mobil yang berada di Bintaro Trade Center Blok F2-12, Jl. Jend. Sudirman, Bintaro Jaya Sektor 7, Tangerang Selatan. Jasa servis yang ditawarkan pada bengkel Berkah Jaya, yaitu peredam

mobil, ganti oli, tune up mesin, urut kabel body, perbaiki AC, audio, kaca film, kaki-kaki.

2 10 Karena banyaknya pengusaha bengkel, membuat persaingan menjadi ketat, sehingga berbagai cara digunakan untuk memajukan usaha bengkel. 2 Bisnis bengkel saat ini merupakan bisnis yang menjanjikan, karena kendaraan mobil adalah salah satu kendaraan yang banyak di gunakan. Setelah menelusuri Bengkel Berkah Jaya melalui survei langsung dan wawancara dengan pemilik bengkel dan pelanggan, kami menemukan bahwa bengkel tersebut tidak pernah mengiklankan bengkelnya. 1 Penulis tertarik untuk membuat sebuah media promosi dalam bentuk video profil, agar dapat memberikan informasi dan dapat memperluas pemasaran. 1 Judul yang akan penulis angkat adalah 1 “Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Pada Bengkel Berkah Jaya 1 .

1.2 Identifikasi Masalah Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu: 1. Tidak tersedianya media promosi untuk Bengkel Berkah Jaya 2. Lokasi bengkel yang kurang menunjang.

13 1.3 Rumusan Masalah Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana cara membuat media promosi untuk Bengkel Berkah Jaya? 2. Bagaimana Informasi terkait dengan Bengkel Berkah Jaya bisa tersampaikan melalui media video? 1 1.4 Tujuan

Penelitian Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu: a. mempromosikan dan menyampaikan sebuah informasi tentang Bengkel Berkah Jaya melalui media Video Profile. b. Sebagai tolak ukur untuk melihat pengaruh media promosi terhadap target pasar. c. Merancang media promosi yang dapat di jangkau target pasar Bengkel Berkah Jaya d. Meningkatkan Penjualan dan omset Bengkel Berkah Jaya 1.5 Manfaat Penelitian Perancangan ini

semoga dapat memberikan informasi terkait tentang Sejarah pada Bengkel Berkah Jaya dan dapat meningkatkan Penjualan Omset Pada Bengkel Berkah Jaya 1.6 Identifikasi Masalah Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu: 3. Tidak tersedianya media promosi untuk Bengkel Berkah Jaya 4. Lokasi bengkel yang kurang menunjang. 1.7 Rumusan Masalah Penulis merumuskan dua rumusan

masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana cara membuat media promosi untuk Bengkel Berkah Jaya? 2. Bagaimana Informasi terkait dengan Bengkel Berkah Jaya bisa tersampaikan melalui media video?

1.8 Tujuan Penelitian Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu: 1. mempromosikan dan menyampaikan sebuah informasi tentang Bengkel Berkah Jaya melalui media Video Profile. 2. Sebagai tolak ukur untuk melihat pengaruh media promosi terhadap target pasar.

1.9 Manfaat Penelitian Perancangan ini semoga dapat memberikan informasi terkait tentang Sejarah pada Bengkel Berkah Jaya dan dapat meningkatkan Penjualan Omset Pada Bengkel Berkah Jaya

1.10 Sistematika Penulisan Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, penulis merancang struktur penulisan yang terdiri dari lima bab agar pembahasan dapat terfokus pada inti permasalahan tanpa menyimpang ke materi yang tidak relevan, strukturnya antara lain: BAB 1 PENDAHULUAN Dalam bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Idenfikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

2 BAB 2 TINJAUAN UMUM Dalam bab ini penulis membahas tentang data & pustaka yang menjelaskan mengenai elemen – elemen dan materi yang dibutuhkan pada permainan board game e kuda tomprok.

BAB 3 METODOLOGI DESAIN Dalam bab ini penulis membahas tentang strategi penelitian, teknik analisa, dan berbagai macam data yang akan membantu perancangan board game kuda tomprok.

BAB 4 STRATEGI KREATIF Dalam bab ini penulis membahas lebih mendalam mengenai konsep karya, strategi media dan final art.

BAB 5 PENUTUP Dalam bab ini penulis memberikan Kesimpulan dan Saran.

BAB II TINJAUAN UMUM 2.1 Tinjauan Teori Penulis melakukan identifikasi terhadap dua jurnal yang membahas tentang perancangan Video Profile . Identifikasi bertujuan untuk memperoleh sebuah acuan dalam memecahkan permasalahan. Berikut merupakan penjelasan dua jurnal yang dijadikan tinjauan pustaka: a. Hanafifah, M.A. (2022). Perancangan Promosi Bengkel Rubish Custom Garage Melalui Video Company profile. Jurnal ini membahas tentang perancangan promosi pada

bengkel Rubish Custom Garage, identifikasi masalah pada bengkel ini sulit menarik banyak pelanggan, penghasilan omset bengkel masih minim. 2 Tujuan dalam rancangan ini untuk menyampaikan informasi tentang bengkel Rubbish Kustom Garage melalui media promosi video dan media pendukung lainnya. Rumusan masalah pada bengkel Rubish kustom garage ini, yaitu bagaimana cara mempromisikan bengkel untuk dapat menarik banyaknya pelanggan. 3 b.

Amalia, R. (2014). Pembuatan Video Profile UPTI MAMIN Dan Kemasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. Surabaya: STIKOM Surabaya. Jurnal ini membahas tentang Video Profile Animasi Pada UPTI MAMIN Dan Kemasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dengan Masalah pada jurnal ini, yaitu bagaimana cara membuat video profile yang komunikatif dan bagaimana cara membuat video profile yang berupa animasi 2D. Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah melatih kemampuan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah dalam dunia kerja di sebuah perusahaan yaitu UPTI MAMIN dan Kemasan. Hal ini dilatar belakangi oleh minimnya pengalaman dalam dunia kerja nyata.

2.2 Tinjauan Utama 2.2.1 Media Promosi Dalam sebuah game elemen desain visual seperti tata letak, yang memiliki peran penting yang melebihi sekadar aspek visual. Sebagaimana seorang sutradara mengarahkan pementasan, tata letak menentukan alur permainan, strategi, dan interaksi antar pemain. Desain tata letak yang efektif tidak hanya memperhatikan estetika, tapi juga kepraktisan. Hal ini melibatkan kejelasan elemen visual seperti gambar, simbol, dan teks, yang harus menunjang pemahaman aturan permainan. Fleksibilitas juga perlu diperhitungkan, terutama dalam permainan dengan jumlah pemain yang berbeda atau aturan tambahan. (Pareek, 2023).

2.2.2 Audio Audio merupakan salah satu elemen yang wajib ada pada setiap penayangan suatu video, karena tanpanya maka video yang ditampilkan akan terlihat kurang menarik bagi masyarakat. 3 4 Oleh karena itu, perencanaan audio menjadi faktor penting dalam menentukan menarik tidaknya media informasi berupa video yang dihasilkan. 3 4 14 Dalam konsep produksi audio, audio memiliki tujuan audio, strategi audio, dan program audio. 2.2.3

Color Grading Color grading adalah proses mengatur dan memodifikasi warna gambar atau video untuk mendapatkan tampilan visual yang diinginkan. Ini merupakan salah satu komponen penting dalam produksi video dan film yang dapat mempengaruhi atmosfer, mood, dan cerita visual dari sebuah karya. Melalui color grading, suasana dan nuansa tertentu dapat diperkuat, sehingga menciptakan pengalaman visual yang lebih mendalam dan menarik bagi penonton.

2.2.4 Typografi

Typografi adalah seni dan teknik penyusunan huruf untuk membuat bahasa tertulis menjadi terlihat, terbaca, dan menarik saat ditampilkan. Ini mencakup segala sesuatu mulai dari pemilihan font hingga tata letak halaman. Berikut adalah beberapa elemen utama dalam typografi:

- Font dan Typeface:** Font adalah sekumpulan karakter dengan desain tertentu, sementara typeface adalah keluarga font dengan variasi gaya, berat, dan ukuran. Misalnya, Arial adalah typeface, sedangkan Arial Bold dan Arial Italic adalah font.
- Ukuran Huruf (Font Size):** Ini mengacu pada tinggi huruf, biasanya diukur dalam poin (pt). Satu poin setara dengan 1/72 inci.
- Spasi Antar Huruf (Kerning):** Ini adalah penyesuaian jarak antara dua huruf tertentu untuk meningkatkan keterbacaan dan estetika teks.
- Spasi Antar Kata (Tracking):** Ini adalah penyesuaian jarak antara semua huruf dalam satu kata atau blok teks, berbeda dengan kerning yang spesifik untuk pasangan huruf tertentu.
- Leading:** Ini adalah jarak antara garis dasar dua baris teks berturut-turut, mempengaruhi kenyamanan membaca dan tampilan keseluruhan teks.
- Alignment:** Mengacu pada cara teks diatur dalam ruang teks, bisa rata kiri, rata kanan, rata tengah, atau rata kiri dan kanan (justify).
- Kontras dan Hierarki:** Menggunakan variasi ukuran, berat, dan gaya huruf untuk menciptakan perbedaan visual yang memandu mata pembaca dan menekankan elemen penting.
- Tata Letak (Layout):** Penataan elemen teks dan gambar di halaman untuk menciptakan desain yang menarik dan fungsional. Typografi tidak hanya penting dalam desain grafis dan penerbitan, tetapi juga dalam desain web dan aplikasi digital. Pemilihan typografi yang tepat dapat meningkatkan

keterbacaan, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan keseluruhan pengalaman pengguna.

2.3 Teori Pendukung

2.3.1 Video Profile

Video profile merupakan bagian dari media informasi. Tujuan pembuatan video profil adalah untuk kegiatan promosi agar konsumen dapat mengetahui, terpengaruh, dan tertarik terhadap produk tersebut. Isi video profile dapat berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan, hasil produksi yang dicapai, dan perbandingan keunggulan kompetitif. Konten video profil Anda harus sejalan dengan konsep audiovisual. Peran elemen audiovisual dalam video profile membantu mempersiapkan tampilan dan suara untuk memberikan kesan pada pemirsa. Video profile dibuat dalam tiga tahap: pra-produksi (perencanaan), produksi (cakupan), dan pasca produksi (koreksi dan penambahan beberapa fungsi efek). Proses pembuatan video profile mengikuti urutan yang direncanakan, namun memerlukan storyboard. Teknik storyboard berguna saat mengambil foto, dan pembuatan sketsa gambar didukung jika diperlukan.

2.3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Video Profile

Video profile mulai dikenal sejak berkembangnya teknologi video dan media massa pada pertengahan abad ke-20. Pada awalnya, produksi video profil memerlukan peralatan yang mahal dan keterampilan teknis yang tinggi. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi digital dan perangkat lunak pengeditan video, pembuatan video profil menjadi lebih terjangkau dan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Perkembangan internet dan platform berbagi video seperti YouTube, Vimeo, dan media sosial juga berkontribusi terhadap popularitas video profil. Kini, video profil tidak hanya digunakan oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh usaha kecil, organisasi nirlaba, dan individu untuk berbagai tujuan komunikasi dan pemasaran.

2.3.1.2 Elemen-Elemen Video Profile

Video profil terdiri dari beberapa elemen utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan penyampaian pesan. Elemen-elemen tersebut meliputi:

- Narasi (Voice-over)** Narasi merupakan komponen audio yang memberikan penjelasan atau cerita yang mendukung visual yang ditampilkan. Narasi yang baik harus jelas, ringkas, dan menarik untuk membantu audiens memahami informasi yang disampaikan.
-

Visual (Footage) Visual mencakup semua gambar bergerak yang ditampilkan dalam video. Ini bisa berupa rekaman langsung (live action), animasi, atau gabungan keduanya. Visual harus relevan dan mendukung narasi untuk menciptakan pengalaman yang kohesif bagi audiens.

c. Teks (Text Overlay) Teks digunakan untuk menyoroti informasi penting, seperti nama, jabatan, slogan, atau data statistik. Penggunaan teks harus singkat dan mudah dibaca, serta ditempatkan dengan baik agar tidak mengganggu visual utama.

d. Musik dan Efek Suara (Music and Sound Effects) Musik dan efek suara menambah dimensi emosional dan dinamis pada video profil. Musik yang dipilih harus sesuai dengan tone dan pesan yang ingin disampaikan, sedangkan efek suara dapat digunakan untuk menekankan elemen visual tertentu.

e. Branding Elemen branding seperti logo, warna perusahaan, dan elemen grafis lainnya harus konsisten dengan identitas visual organisasi atau individu yang diwakili. Branding yang kuat membantu memperkuat kesan dan meningkatkan pengenalan merek oleh audiens.

2.3.2 Prinsip-prinsip Pembuatan Video Profile

Pembuatan video profil yang efektif memerlukan penerapan beberapa prinsip utama, antara lain:

6 a. Kejelasan Pesan (Message Clarity) Pesan utama yang ingin disampaikan harus jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Video profil yang baik menyampaikan informasi secara langsung tanpa banyak distraksi.

b. Keterlibatan Emosional (Emotional Engagement) Video profil yang efektif mampu membangun keterlibatan emosional dengan audiens. Penggunaan cerita yang menyentuh, musik yang tepat, dan visual yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan ini.

c. Durasi yang Tepat (Appropriate Length) Durasi video profil harus cukup panjang untuk menyampaikan pesan utama, namun tidak terlalu panjang sehingga menyebabkan audiens kehilangan minat. Rata-rata, durasi video profil yang efektif adalah antara 2 hingga 5 menit.

d. Konsistensi Visual dan Audio (Visual and Audio Consistency) Konsistensi dalam penggunaan elemen visual dan audio sangat penting untuk menciptakan video profil yang profesional. Penggunaan gaya visual dan audio yang konsisten membantu memperkuat pesan dan citra yang ingin disampaikan.

e.

Call to Action (CTA) Video profil yang efektif biasanya diakhiri dengan call to action yang jelas, mengarahkan audiens untuk mengambil langkah selanjutnya, seperti mengunjungi situs web, menghubungi perusahaan, atau mengikuti media sosial.

2.3.2.1 Implementasi Video Profile Dalam Strategi Komunikasi

Video profil dapat diimplementasikan dalam berbagai strategi komunikasi, antara lain:

1. Pemasaran dan Promosi (Marketing and Promotion) Video profil digunakan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada calon pelanggan. Video yang menarik dan informatif dapat meningkatkan kesadaran merek dan mendorong pembelian.
2. Rekrutmen dan Pelatihan (Recruitment and Training) Perusahaan sering menggunakan video profil untuk menarik calon karyawan dan memberikan gambaran tentang budaya perusahaan.

11 Video juga dapat digunakan dalam program pelatihan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. **7** 73.

3. Presentasi Bisnis (Business Presentations) Dalam presentasi bisnis, video profile dapat digunakan untuk memperkenalkan perusahaan, produk, atau proyek kepada calon investor, mitra, atau klien. Video yang profesional dan informatif dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan.

4. Branding dan Identitas Visual (Branding and Visual Identity) Video profile membantu membangun dan memperkuat identitas visual perusahaan.

12 Penggunaan elemen branding yang konsisten dalam video profil membantu menciptakan citra yang kuat dan dikenali oleh audiens.

BAB III METODOLOGI DESAIN 3.1

Sistematika Perancangan

Sistematika perancangan video profil bertujuan untuk memberikan panduan langkah demi langkah dalam menghasilkan video yang efektif, informatif, dan menarik. Pendekatan ini mencakup tahap-tahap yang melibatkan perencanaan, produksi, dan evaluasi, yang dirancang untuk memastikan bahwa setiap elemen dari video profil mendukung tujuan komunikasi yang diinginkan. Rancangan penelitian ini mencakup perencanaan metode pengumpulan information, analisis, dan analisa hasil. Setiap langkah diarahkan untuk memastikan kualitas dan ketepatan penelitian. Pada tahap akhir, information dianalisis secara cermat, hasil disimpulkan, dan rekomendasi didasarkan pada temuan penelitian yang dilakukan. Rancangan

penelitian ini menjadi landasan yang kokoh untuk menjalankan penelitian secara sistematis dan memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan mulai dari tahap awal hingga akhir. 3.2 Jenis Penelitian Jenis penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan melakukan proses wawancara dan observasi sebagai sumber informasi lebih dalam terkait perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi pada bengkel berkah jaya.

3.2.1 Observasi Observasi suatu metode penelitian ilmiah yang melibatkan pengumpulan informasi dengan mengamati dan mencatat perilaku, peristiwa atau fenomena di lingkungan alam tanpa campur tangan ilmuwan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis perilaku atau situasi yang terjadi secara alami tanpa mengubah atau mengendalikan variabel tertentu. Penulis melakukan observasi secara luring. Observasi dilaksanakan dengan Langsung terjun ke tempat usaha bengkel. Melihat suasana dan kondisi pada Bengkel Berkah Jaya. 8 Gambar 5. Suasana Bengkel Berkah Jaya

3.2.2 Wawancara Pada penelitian ini penulis melakukan proses wawancara kepada pemilik dari Bengkel Berkah Jaya ini dalam mengumpulkan informasi seputar cerita perjalanan membangun usaha di bidang makanan atau kue kering dan pandangan pemilik dalam bidang terkait. Berikut hasil dari wawancara yang dilakukan. A. Wawancara Dengan Owner

No. Pertanyaan Jawaban

1. Kapan Bengkel ini didirikan? Bengkel ini di didirikan pada saat awal pandemi pada tahun 2019

2. Apa Kendala Selama service pak? Kalo Kendala itu kesulitannya kadang lebih ke perbandingan online, kalo musim jaman sekarang, customer udah tahu harga dari online persaingan makin tidak jelas

3. Perbaedaan sama kelebihan nya apa pak dari pada bengkel yang lain? Kalo perbedaan dan kelebihan, bengkel berkah jaya menangani segala masalah mobil, cuman kita handle dari kaca film, ganti oli, perbaikan, variasi

4. Bengkel Berkah jaya melayani service apa saja? Kita lebih cenderung ke variasi, sama perbaikan, untuk perbaikan meliputi seperti keluhan di mobil itu tersendiri. Ganti oli, tune up dll

5. Kapan Biasanya jam kerja di bengkel ini? Kita buka mulai jam 09.030 sampai dengan selesai, cuman

kalo ngak ada kerjaan jam 05.30 udah tutup Tabel 1. Data wawancara dengan Ower Bengkel Berkah Jaya . Gambar 1. Wawancara dengan Owner Gambar 2. Wawancara dengan Owner B. Wawancara dengan Custommer No. Pertanyaan Jawaban 1. Beberapa kali anda ke bengkel? Kalo ke bengkel biasanya sebulan sekali 10 2. Biasanya anda pergi ke bengkel dimana untuk service? Biasanya pergi ke BB Performance, daerah Jakarta Utara 3. Anda tahu Bengkel Berkah Jaya? Tahu sih kebetulan 4. Anda tahu bengkel Berkah Jaya dari mana? A. Website B. Teman Saya tahu dari teman C. Iklan TV D. Media Sosial 5. Apa Experience anda selama service di bengkel Berkah jaya Disini fasilitasfasilita snya lengkap dan cara melayani pelanggan sangat bagus, service mobilnya sangat detail Tabel 2. Data wawancara dengan Custommer Gambar 3. Wawancara dengan Custommer 3.2.3 Observasi Observasi suatu metode penelitian ilmiah yang melibatkan pengumpulan informasi dengan mengamati dan mencatat perilaku, peristiwa atau fenomena di lingkungan alam tanpa campur tangan ilmuwan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis perilaku atau situasi yang terjadi secara alami tanpa mengubah atau mengendalikan variabel tertentu. 11 Penulis melakukan observasi secara luring. Observasi dilaksanakan dengan Langsung terjun ke tempat usaha bengkel. Melihat suasana dan kondisi pada Bengkel Berkah Jaya. Gambar 4. Suasana Bengkel Berkah Jaya 3.3 Teknik Analisa Data Dalam penelitian ini melakukan pengamatan dengan wawancara kepada narasumber yaitu pemilik bengkel berkah jaya untuk bisa memahami cerita perjalanan dalam membangun usahanya dan memberi pemahaman maupun pandangan dalam bidang bengkel. 3.4 Pemecahan Masalah Penulis akan merancang sebuah Video profile sebagai media Promosi pada Bengkel Berkah Jaya yang disesuaikan agar dapat membantu menjangkau target pasar dan dapat membantu pemasukan omset pada Bengkel Berkah Jaya. BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Konsep Karya Tahap Konsep diawali dengan pencarian informasi mengenai identitas Bengkel. Pada fase ini, Anda memutuskan apa yang Anda butuhkan dari mitra Anda dan aliran video mana yang sesuai untuk pengguna atau pelanggan Anda. 4.2

Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning 4.2.1 Segmentasi a. Demografis:

- Laki-laki dan Perempuan 12 - Usia Remaja-Dewasa: 18-45 tahun

b. Psikografis: Laki-laki dan Perempuan yang menyukai otomotif dan Punya kendala dengan kendaraannya c. Geografis: - Kota: Bintaro - Area:

Bintaro dan Sekitarnya 4.2.2 Targeting Berdasarkan hasil segmentasi, target pasar pada video profile pada Bengkel Berkah Jaya untuk kalangan

remaja hingga dewasa agar memberikan informasi dan bisa dinikmati. Selain itu, penulis mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi, seperti pemahaman yang lebih mendalam tentang bidang otomotif. Dengan demikian, perancangan video profile ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan kenaikan omset pada bengkel Berkah Jaya. 4.2.3 Positioning Video Profile pada Bengkel

Berkah Jaya ini ditargetkan pada Kalangan remaja hingga dewasa yang mempunyai kendala pada mobil dan Video profile ini memiliki tujuan untuk mempromosikan bengkel kepada konsumen. 4.3 Analisa SWOT 4.4

Strategi 5W+1H 13 4.5 Media Pendukung 4.5.1 Konsep Karya Media Tahap Konsep diawali dengan pencarian informasi mengenai identitas Bengkel. Pada fase ini, Anda memutuskan apa yang Anda butuhkan dari mitra Anda dan aliran video mana yang sesuai untuk pengguna atau pelanggan Anda.

4.5.2 Strategi Komunikasi Strategi komunikasi memungkinkan menerapkan metode komunikasi sebagai target perubahan pada tujuan komunikasi yang direncanakan. Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan pesannya dengan membuat sebuah video profil yang jelas dan mudah dipahami oleh pemirsanya. 4.5.3 Strategi Media Dalam perancangan Video Profile Sebagai

Media Promosi Pada Bengkel Berkah Jaya akan ada pengaplikasian untuk media yang digunakan sebagai hubungan internal dari Bengkel Berkah Jaya, yaitu: a. Editing Video Editing video ini digunakan untuk mempromosikan

pada saat acara Berlangsung kepada masyarakat untuk menarik perhatian masyarakat Datang untuk service mobil. b. Media Promosi Media Promosi yang digunakan menyampaikan suatu informasi atau iklan Kepada masyarakat sehingga dapat memberikan informasi dan beberapa Layanan service mobil Bengkel Berkah Jaya. Media yang digunakan Seperti Konten Instagram, dan

konten youtube 4.5.4 Tone dan Manner Tone dan Manner pada perancangan video profile dari Bengkel Jaya adalah warm, simple, kontras. 14 4.5.5

Teknik Pengambilan Gambar Pada Perancangan video profile ini ada beberapa teknik pengambilan Gambar yang digunakan, yaitu: a. Tilting (up/down) Tilting (up/down) adalah dimana sebuah pengambilan gambar yang Dilakukan keatas dan juga kebawah b. Panning (Right/Left) Panning (Right/Left) adalah Dimana sebuah pengambilan gambar yang Dilakukan dari kanan dan juga dari kiri 4.5.6 Konsep Kreatif Dalam proses pembuatan video

profil perusahaan, tim kreatif mencoba menggabungkan elemen-elemen seperti gambar, cerita, musik dan efek khusus agar video profil perusahaan efektif menyampaikan pesan dan meningkatkan citra perusahaan. 1 Dari berbagai

jenis media promosi dalam bentuk video profile serta target audiens

yang dituju maka strategi kreatif yang akan di pakai adalah teknik

Motion Graphic . Motion Graphic sendiri terdiri dari gambar dan gerakan

sederhana dari sebagian objek yang dibutuhkan sehingga dapat lebih

dimengerti dan terlihat lebih menarik oleh target audiens. Dengan konsep

seperti ini menggunakan teknik Motion Graphic , sentuhan warna identitas

Bengkel Berkah Jaya, Tipografi yang modern akan membuat target audiens

ingin melihat dan mengetahui isi dari video profil itu sehingga

tersampaikanlah informasi-informasi yang ada di dalamnya dengan jelas. 1 4.5 7

Moodboard Gambar 5. Gambar MoodBoard 4.5 8 Konsep Visual Perancangan video

sebagai media promosi pada Bengkel Berkah Jaya memiliki konsep visual,

yaitu Produksi, Pasca Produksi, Pra produksi. 5 15 a. Produksi Produksi Video

Profile ini merupakan tahap pelaksanaan, yaitu pembuatan Video Profile. 5 9 Semua

hasil dari proses shooting merujuk pada Storyline dan storyboard yang

sudah di rencanakan pada tahap persiapan atau pra produksi Video Profile. Pada

proses pengambilan Video Profile akan diambil sesuai kesamaan lokasi

untuk produksi Video Profile. Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan

untuk proses take gambar Video Profile kurang lebih, yaitu orang-orang

yang terlibat di dalam video dan lokasi shooting. Pada tahap produksi

Video Profile, diwajibkan untuk mengambil beberapa stock gambar. Hal

tersebut penting sebagai upaya preventif apabila kekurangan materi shoot gambar, dan bisa menjad alternatif apabila ada beberapa shoot yang crash agar tidak terjadi pengulangan dalam produksi Video Profile. b. 3 8 Pra

Produksi Pra Produksi adalah sebuah proses produksi yang merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang kan datang atau juga disebut sebagai tahapan perencanaan. Ditahap ini akan mengumpulkan informasi dari bengkel, seperti durasi yang diinginkan, shooting objective, tempat atau setting yang diinginkan. Setelah sudah terkumpul. 1. Storyline Berikut adalah storyline yang terdapat pada perancangan video Profile sebagai media promosi pada Bengkel Berkah Jaya. No. Skenario Visual Audio

Durasi 1. Opening: Time laps suasana bengkel ••• Kamera: Still logo Bengkel (Cross Dissolve) Full shot Backsound: Lost Soul 6 detik

2. Time Laps suasana Bengkel •• Kamera: Still Full Shot Backsound: Lost Soul 6 Detik 3. Footange Depan Bengkel •• Kamera: Pan left Full Shot Backsound: Lost Soul 6 Detik 4. Footange Depan Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: Pan left Medium Close Up Backsound: Lost Soul 5 Detik 5. Footange Customer parkir mobil •• Kamera: Still Full shot Backsound: Lost Soul 5 detik 6. Footage Customer Parkir mobil •• Kamera: Stil Full Shot Backsound: Lost Soul 6 Detik 7. Footage Produk Jualan Bengkel •• Kamera: Pan left Medium Close up Backsound: Lost Soul 5 Detik 16 8. Footage Produk Jualan Bengkel •• Kamera: Pan Left Medium Close Up Backsound: Lost Soul 5 Detik 9. Footage Wawancara • Kamera: Still • Voice Over: Wawancara dengan Owner 7 Detik dengan owner • Medium Close Up • Backsound: Lost Soul 10. Footage Wawancara dengan Owner •• Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 11. Footage depan Bengkel •• Kamera: Pan right Full shot • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 12 . Footage Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 13 . Footage Service kaca film •• Kamera: Still Medium Close Up • Voice

Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 5 detik 14. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 15. Footage pemasangan kaca mobil • Kamera: Still Fullshot • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 16. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 17 17. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 18. Footage karyawan sedang • Kamera: Still • Voice Over: Wawancara dengan Owner 5 Detik service mobil • Full Shot • Backsound: Lost Soul 19. Footage service Kaki-kaki mobil • Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 20. Footage wawancara dengan owner • Kamera Still Medium Close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 21. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 22. Footage service Kakik-kaki Mobil • Kamera: Still Medium Close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 6 Detik 23. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close Up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 24. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 25. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 18 26 . Footage wawancara dengan owner • Kamera: Still Medium Close up • Voice Over: Wawancara dengan Owner • Backsound: Lost Soul 7 Detik 27 . Footage wawancara • Kamera: Still • Voice Over: Wawancara dengan Owner 7 detik dengan owner • Medium Close up • Backsound: Lost Soul 28. Footage wawancara dengan owner • Kamera: Tilt Down Medium Close up • Voice over: wawancara dengan owner • Backsound: Lost Sou

17 Detik Tabel 3. Tabel Pembuatan Storyline 2. Storyboard No .
Visual Skrip Video Keterangan Durasi 1. Memerlihat Tampak depan pada bengkel dan muncul logo bengkel ••• Kamera: Still Background Music: Lost Soul Fade in logo Bengkel Berkah Jaya 7 Detik 2. Diperlihatkan Suasana sekitar Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: pan Still Background: Funk Retro Music 6 Detik 3. Diperlihatkan penjualan produk di Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: Pan Left Background Music: Lost Soul 7 Detik 4. Customer Sedang parkir mobil di depan Bengkel Berkah Jaya •• Kamera Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 19 5. Customer Sedang parkir mobil di depan Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 6. Diperlihatkan Penjualan Produk di Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: Pan left Background Music: Lost Soul 6 Detik 7. Diperlihatkan Penjualan Produk di Bengkel Berkah Jaya •• Kamera: Pan Left Background Music: Lost Soul 7 Detik 8. Wawancara dengan Owner Bengkel • Voice over: Wawancara dengan Owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 9. Profile Owner Bengkel • Kamera: Still • Background Music: Lost Soul 5 Detik 10. Footage text Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 11. Wawancara dengan Owner • Voice Over: Wawancara dengan Owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 12. Footage Karyawan sedang Service air Caburator Mobil •• Voice Over: Wawancara dengan Owner Kamera: Still 6 Detik 20 • Background Music : Lost Soul 13. Wawancara dengan owner • Voice Over Wawancara dengan Owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 14. Footage text Wawancara dengan owner • Voice Over: Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 4 Detik 15. Wawancara dengan owner • Voice Over: Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 16. Footage Karyawan sedang service kaki-kaki mobil ••• Voice Over: wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 17. Footage Karyawan sedang service bumper depan mobil ••• Voice over: wawancara dengan owner Ka

mera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 18. Wawancara dengan owner • Voice over: wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 21 19. Footage Karyawan sedang service kaki-kaki mobil ••• Voice over: wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 20. Footage text wawancara dengan owner • Voice Over: Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 21. Wawancara dengan owner • Voice Over : Wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 22. Footage Karyawan Sedang service kaki-kaki mobil ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 23. Footage Karyawan Sedang service kaki-kaki mobil ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 24. Footage Owner sedang Service bumper depan mobil ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background: Lost Soul 6 Detik 22 25. Footage owner sedang service kaki- kaki mobil ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music : Funk Retro Music 7 Detik 26. Footage text wawancara dengan owner •• Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 27. Wawancara dengan owner • Voice Over: Wawancara dengan •• owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 28. Wawancara dengan owner • Voice Over : Wawancara dengan •• owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 29. Footage customer sedang ngobrol dengan owner ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 7 Detik 30. Footage Karyawan service pintu mobil ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Pan left Background Music: Lost Soul 6 Detik 30. Ending Wawancara dengan Owner ••• Voice Over: Wawancara dengan owner Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 23 31. Footage banner Bengkel Berkah Jaya ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Pan Right Background Music: Lost Soul 6 Detik 32. Footage karyawan sedang service pintu mobil ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Pan

Right Background Music: Lost Soul 6 Detik 33. Footage karyawan service ganti oli ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 34. Footage karyawan service Tune Up •• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Pan Right 5 Detik • Background Music: Lost Soul 35. Footage karyawan service kaki-kaki mobil ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 36. Footage karyawan service power window ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik 24 37. Footage karyawan service Central Lock ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 38. Footage karyawan service Audio ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 39. Footage karyawan service kaca film ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 40. Footage karyawan service Freon AC ••• Voice Over: Menjelaskan beberapa service pada bengkel Kamera: Still Background Music: Lost Soul 5 Detik 41. Closing Video Profile ••• Voice Over: Mengajak untuk service di bengkel berkah jaya Kamera: Still Background Music: Lost Soul 6 Detik Tabel 4. Tabel Pembuatan Storyboard c. Pasca Produksi Pasca Produksi atau disebut dengan post production merupakan tahapan akhir dari sebuah proses produksi adalah editing. Seorang yang bertanggung jawab pada saat pasca produksi dengan melakukan editing, menjadi suatu acara menjadi layak tayang adalah editor. Editing adalah proses menggabungkan materi satu rekaman dengan materi rekaman yang lain secara elektronik, sehingga peralatan yang digunakan untuk proses ini ialah peralatan yang bias akita kenal dengan sebtan editing machine. Editing meliputi beberapa hal, yaitu: editing offline, editing online, cutting, title, mixing, color correction, dubbing. 25 Istilah editing telah dikenal luas dan banyak orang memberi pemahaman sendiri. Editing berkaitan dengan kerja-kerja dibawah ini:

1. Menata, menambahkan atau memindahkan klip video atau klip audio
2. Menerapkan colour correction, filter dan peningkatan yang lain
3. Membuat transisi antara klip
Proses editing menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effect. Edit video menggunakan teknik cut to cut, lalu ditambahkan motion text, effect glitch dan color grading, sehingga menciptakan suasana cinematic. Gambar 4. Gambar Progres Editing Gambar 5. Gambar Progres Editing

4.5.9 Konsep Verbal

Konsep Verbal yang ingin disampaikan, berupa Tipografi dan logo: 26

a. Logo Gambar 5. Logo Bengkel Berkah Jaya
b. Tipografi: Gambar 6. Tipografi Bengkel Berkah Jaya
c. Jenis Huruf Jenis huruf atau font yang terdapat dalam video profile Bengkel Berkah Jaya adalah sebagai berikut: Poppins (BOLD)
d. Aplikasi warna Warna dalam Video Profile adalah warna warm dan warna yang akan diaplikasikan dalam media adalah berhubungan dengan warna utama pada logo Bengkel Berkah Jaya itu sendiri adalah sebagai Berikut: 27

4.5.6 Media Pendukung

1. Tampilan Video Profile pada bengkel Berkah Jaya Video Profile Bengkel Berkah Jaya, selain diupload di akun Youtube, akan ditampilkan juga di story, feeds, reels Instagram Sebagai Media Promosi.

A. Social Media

a. Youtube Gambar 7 (Video Youtube)
b. Youtube Short Gambar 8 (Video Short) Gambar 9 (Video Short) 28
d. Reels Instagram Gambar 11 (Reels Instagram) Gambar 12 (Reels Instagram)
c. X Banner 29 Gambar 9 (Feed Instagram) Gambar 10 (Feed Instagram)
c. Feed Instagram Gambar 13 (X-Banner)

B. Merchandise

a. Tumbler Gambar 14 (Tumbler)
b. T-Shirt 30 Gambar 15 (T-Shirt)
c. Topi Gambar 16 (Topi)
d. Gantungan Kunci Gambar 17 (Gantungan Kunci) 31
e. Sticker Gambar 18 (Sticker) Gambar 19 (Sticker) 32

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis terhadap video profile sebagai media promosi pada bengkel, dapat disimpulkan bahwa penggunaan video profil memiliki beberapa keunggulan yang signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik bengkel kepada konsumen potensial. Video profil yang dirancang dengan baik mampu menampilkan keunggulan dan layanan yang ditawarkan oleh bengkel secara lebih menarik dan informatif



dibandingkan dengan media promosi tradisional seperti brosur atau iklan cetak. Video profile memungkinkan penyampaian informasi yang lebih komprehensif dan menarik, karena dapat menggabungkan elemen visual dan audio yang mampu menarik perhatian audiens. Selain itu, video profil juga memberikan kesempatan untuk menunjukkan proses kerja, fasilitas, dan testimoni pelanggan, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video profil sebagai media promosi dapat meningkatkan tingkat kunjungan konsumen ke bengkel serta meningkatkan tingkat konversi dari pengunjung menjadi pelanggan tetap. Video profil juga terbukti efektif dalam membangun citra positif dan profesional bagi bengkel, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diimplementasikan untuk memaksimalkan efektivitas video profil sebagai media promosi pada bengkel, yaitu Pastikan video profil memiliki kualitas visual dan audio yang baik, Gunakan peralatan yang memadai dan jasa profesional jika diperlukan untuk menghasilkan video yang menarik dan professional, Sampaikan informasi yang relevan dan penting mengenai layanan yang ditawarkan, fasilitas yang dimiliki, dan keunggulan bengkel secara jelas dan ringkas, Dan sertakan juga testimoni dari pelanggan yang puas untuk menambah kepercayaan konsumen.

33



REPORT #22002947

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE	
1. 3.67% jurnaldigit.org	● ●
https://jurnaldigit.org/index.php/DIGIT/article/viewFile/17/18	
INTERNET SOURCE	
2. 2.19% elibrary.unikom.ac.id	●
https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/7845/7/UNIKOM_Muh.%20Aditia%20Han...	
INTERNET SOURCE	
3. 1% widuri.raharja.info	●
https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1221474026	
INTERNET SOURCE	
4. 0.57% media.neliti.com	●
https://media.neliti.com/media/publications/299466-perancangan-video-profile...	
INTERNET SOURCE	
5. 0.57% repository.amikom.ac.id	●
https://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_10.12.4383.pdf.pdf	
INTERNET SOURCE	
6. 0.47% jurnalisticomah.org	●
http://jurnalisticomah.org/index.php/arima/article/view/925/799	
INTERNET SOURCE	
7. 0.45% www.prestasikita.com	●
https://www.prestasikita.com/2024/05/28/rahasia-membuat-presentasi-yang-m...	
INTERNET SOURCE	
8. 0.42% ejournal.raharja.ac.id	●
https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/cices/article/download/414/353/	
INTERNET SOURCE	
9. 0.34% www.masri.id	●
https://www.masri.id/2018/01/3-tahapan-proses-pembuatan-video.html	



REPORT #22002947

INTERNET SOURCE

10. **0.33%** turboly.com

<https://turboly.com/blog/2018/11/3-Cara-Untuk-Meningkatkan-Omset-Usaha-Se..>



INTERNET SOURCE

11. **0.3%** www.liputan6.com

<https://www.liputan6.com/hot/read/5445458/gambar-adalah-representasi-visua..>



INTERNET SOURCE

12. **0.29%** bigevo.com

<https://bigevo.com/blog/detail/digital-branding>



INTERNET SOURCE

13. **0.24%** repository.polimdo.ac.id

<https://repository.polimdo.ac.id/2353/1/Cover%2C%20Daftar%20isi%2C%20Ba...>



INTERNET SOURCE

14. **0.22%** widuri.raharja.info

<https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1121470054>



● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.16%** jurnaldigit.org

<https://jurnaldigit.org/index.php/DIGIT/article/viewFile/17/18>