

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Setelah melakukan identifikasi data baik dari perusahaan, produk, khalayak umum dan juga data kompetitor, maka data tersebut dapat dianalisa dan diolah sehingga dapat menemukan strategi kreatifnya.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

a. Demografi

Usia : 20 - 35 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Tingkat Pendidikan : SMK – Perguruan Tinggi

Tingkat Ekonomi : Masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah

Agama : Semua Agama

b. Geografi

Seluruh masyarakat yang khususnya ada di keresidenan Surakarta. Hal ini dikarenakan keresidenan Surakarta sendiri kebanyakan masyarakatnya hanya mengenal kompetitor dan kurang informasi terhadap pvc dari Upton. Selain itu penyebaran dari agen Upton sendiri dimulai dari Purwantoro Wonogiri hingga Salatiga yang diantara penyebaran tersebut terdapat keresidenan Surakarta ditengah-tengahnya sehingga mudah dalam mempublikasi dari agen khusus distributor Surakarta.

c. Psikografi

Rumah sudah menjadi salah satu dari barang prestige yang mana membuat seseorang memiliki kesan lebih tinggi. Oleh sebab itu segmentasi psikografi dari karya tugas akhir adalah orang yang menyukai kesan bangunan mewah dengan bahan berkualitas.

d. Behavior

Terjangkaunya dan tinggi kualitasnya produk dari Upton dapat menjadi daya tarik untuk orang-orang yang memiliki gaya hidup hemat yang memilih bahan yang lebih terjangkau.

2. USP (Unique Selling Proposition)

Distributor resmi di Keresidenan Surakarta sudah memiliki MOU dengan PT. Plasswood Indonesia, oleh sebab itu jika dibandingkan dengan reseller maupun pemborong maka Upton memiliki harga yang lebih ekonomis dan variasi yang lebih beragam. Dibandingkan dengan produk lain, harga dan biaya pemasangan Upton dapat diterima oleh masyarakat ekonomi menengah.

3. ESP (Emotional Selling Proposition)

Upton memiliki keunggulan dari variasi motif dan harga yang ekonomis. Lebih dari seratus motif yang tersedia untuk memenuhi ekspektasi dari konsumen dan juga harga yang dapat bersaing di pasar bebas. Dari keunggulan tersebut maka konsumen mendapat kepuasan dan kenyamanan dengan adanya motif yang sesuai selera tanpa mengkhawatirkan pengeluaran ekstra.

4. Positioning

Teknik yang digunakan adalah teknik motion graphic dengan gaya visual *flat design*. *Flat design* adalah suatu gaya desain yang menekankan unsur minimalis, 2 dimensi, dan perpaduan warna-warna yang cerah. Penggunaan warna cerah dalam motion graphic ini menggunakan warna-warna pastel yang cenderung menggunakan warna dingin yang memberikan kesan damai dan menenangkan. Minimalis yang diterapkan dalam pembuatan motion graphic Upton yaitu dengan menitik beratkan pada karakter flat dengan meminimalisir penggunaan variasi warna. Tujuan menggunakan gaya visual tersebut adalah untuk menimbulkan kesan sederhana tetapi mudah diingat.

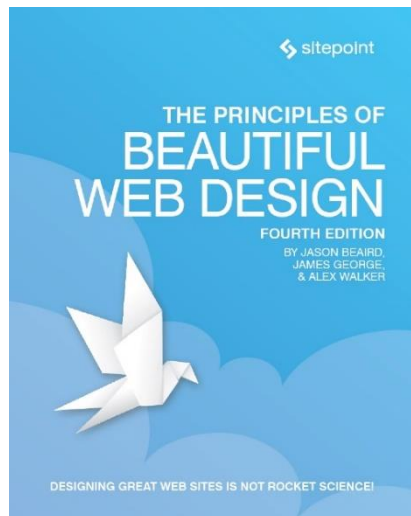
B. Strategi Kreatif

Tujuan dari pembuatan company profile Upton Plafon PVC adalah untuk mengedukasi masyarakat sekaligus mengenalkan perusahaan pada khalayak umum. Oleh sebab itu perancangan strategi kreatif dirancang berdasarkan keyvisual dan keyword dari perusahaan

1. Konsep Visual

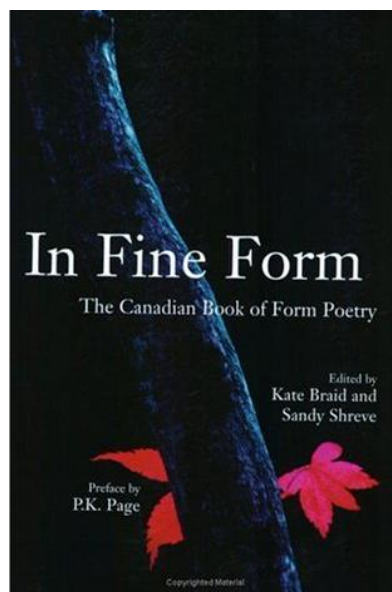
a. Layout

Dalam pembuatan company profile, layout yang diterapkan yaitu jenis *Informal Balance Layout*. Layout ini menggunakan tata letak yang tiap elemennya memiliki suatu perbandingan yang tidak seimbang seperti ukuran, bentuk, ritme dan penempatan. Meskipun sedikit abstrak dengan perbandingan tetapi layout ini menarik secara visual.



Gb. 2 : Contoh Informal Balance Layout

Sumber (<https://www.sitepoint.com/premium/books/the-principles-of-beautiful-web-design-4th-edition/read/1/>)



Gb. 3 : Contoh Informal Balance Layout

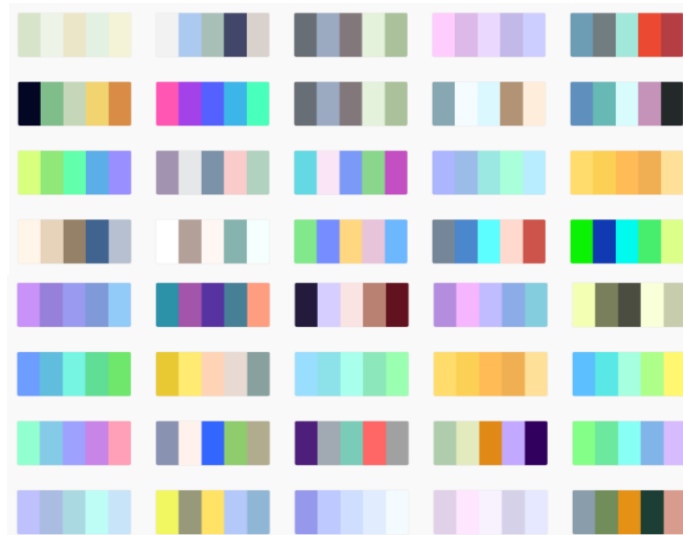
Sumber

(<http://pengantarperiklanan.blogspot.com/2008/03/contoh-informal-balance-dan-brace.html>)

b. Warna

Warna yang digunakan dalam video company profile ini adalah warna cerah pastel yang cenderung menggunakan warna dingin sehingga memberikan

kesan nyaman, damai dan juga sejuk. Selain menggunakan tersebut, beberapa warna juga dikombinasikan dengan warna hitam, putih, dan kuning sebagai paduan yang mendukung untuk mempertahankan kesan simple dan rapi.



Gb. 4 : Palet Warna Pastel Flat Design

Sumber : (<https://color.adobe.com/search?q=cool%20pastel&page=3>)

c. Tipografi

Tipografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebaran ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan tertentu guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Pemilihan jenis font yang digunakan dalam video company profile upton adalah font Exo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(Font Exo)

Pemilihan jenis font exo ini karena font tersebut memiliki kesan karakter simple, fleksibel dan juga minimalis yang tidak menggunakan unsur yang berlebihan sehingga font tersebut mudah diterima.

Selain font exo juga digunakan font Aqua Grotesque sebagai pelengkap tanpa meninggalkan karakter simpel.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(Aqua Grotesque)

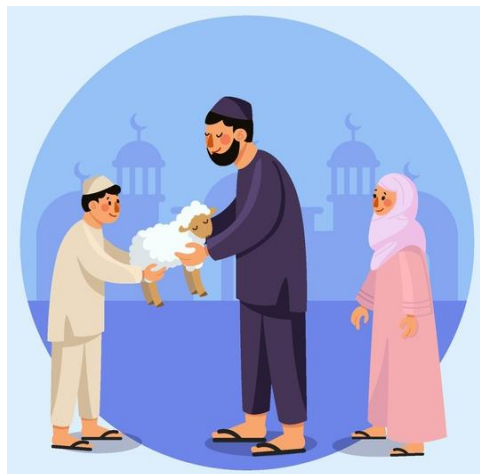
d. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam motion graphic Upton Surakarta menggunakan ilustrasi yang bertujuan untuk presentasi dimana tiap bagian dapat menjelaskan informasi apa saja yang dapat diberikan ke audien dengan gambaran-gambaran yang bersifat imajinatif. Ilustrasi yang sesuai untuk meningkatkan imajinasi audien adalah ilustrasi jenis *Flat Design*. *Flat design* menjadi pengaplikasian yang tepat juga karena memperlihatkan kesan yang kreatif, imajinatif dan simple yang mudah diterima masyarakat.



Gb. 5 : Contoh Ilustrasi Flat Design
Sumber

(https://www.freepik.com/free-vector/international-friendship-day-banners-set_14213476.htm#page=1&query=flat%20design&position=9)



Gb. 6 : Contoh Ilustrasi Flat Design

Sumber (https://www.freepik.com/free-vector/people-celebrating-eid-al-adha-illustration_14308819.htm#page=1&query=flat%20design&position=22)

2. Konsep Teknik

Perancangan motion graphic Upton melibatkan alat, program sekaligus beberapa proses produksi diantaranya :

a. Laptop

Laptop dalam pembuatan motion graphic Upton sangat diperlukan dari awal hingga akhir. Semua kegiatan pembuatan digitalisasi ilustrasi, input audio, pemberian motion hingga tahap akhir rendering semua dilakukan dengan gadget tersebut.

Laptop yang digunakan adalah laptop Acer tipe Aspire E14 E5-471-36WV dimana laptop tersebut memiliki spesifikasi custom seperti berikut :

- Processor : Intel Core i3 4030U dengan kecepatan 1.9 G.Hz
dengan model GPU Intel HD Graphics 4000.
- Memori : RAM 4 GB DDR3 ROM 500GB
- Screen : 14.00” Resolusi 1366 x 768
- Sistem Operasi : Windows 8.1
- Baterai : 6 Cell



Gb. 7 : Laptop Acer E14 E5 Series

Sumber (<https://store.acer.com/en-id/notebooks/aspire/aspire-3-a314-32-intel-celeron-n4120-black-1>)

b. Software

1. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah software utama dalam pembuatan ilustrasi.

Selain penggunaan yang mudah, file adobe illustrator dapat diekspor

langsung ke tahap pembuatan motion di Adobe After Effect sehingga apabila terjadi kesalahan atau kekurangan pada ilustrasi maka dapat dengan mudah diperbaiki di Adobe Illustrator. Sedangkan Adobe Illustrator yang digunakan adalah versi Adobe CC 2019.



Gb. 8 : Icon Adobe Illustrator CC 2019

Sumber (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Illustrator_CC_icon.png)

2. Adobe After Effect

Adobe After Effect difungsikan sebagai software pengolah audiovisual yang dapat digunakan untuk memberikan efek spesial pada gambar ataupun video. Banyak alasan mengapa Adobe After Effect dipilih dalam pembuatan motion graphic.

Adobe after effect memiliki keunggulan antara lain :

- Dukungan efek yang melimpah dan dapat dikombinasikan lagi sehingga mendapat efek baru.
- **Dukungan native untuk arsitektur CPU 64-bit**
- **Mampu melakukan konversi file vektor ke shape**
- **Populer sebagai aplikasi editing video untuk kalangan professional**

- **Dukungan Keyframe dan Scripting**
- **Mempertahankan detail gambar agar halus saat kompresi**

Sedangkan versi adobe after effect yang digunakan adalah versi Adobe After Effect CC 2019.



Gb. 9 : Icon Adobe After Effect CC 2019

Sumber (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Illustrator_CC_icon.png)

3. Adobe Premiere

Dalam pembuatan motion graphic Upton, Adobe Premiere digunakan untuk menginput dan mixing audio SFX kedalam motion yang sudah dirender dari Adobe After Effect. Untuk versi adobe after effect yang digunakan adalah versi Pro CC 2015.



Gb. 10 : Icon Adobe Premiere Pro CC 2015

Sumber

(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_Premiere_Pro_Logo.svg)

c. Angel Camera

Tidak jauh berbeda dengan pembuatan foto, dalam produksi video atau film juga terdapat teknik pengambilan gambar yang dimana menjadi acuan untuk tim produksi. Tiap tipe shot ini memiliki fungsi yang berbeda menyesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan dalam wujud visual. Pada pembuatan video company profile ini, terdapat beberapa Teknik pengambilan, yaitu Very Wide Shot, Wide Shot, Close Up dan Medium Close Up. Walaupun hanya menggunakan beberapa teknik pengambilan, terdapat banyak variasi dalam teknik pengambilan gambar. Berikut beberapa varian pengambilan *angel camera* yang biasa digunakan dalam produksi video :

- Extreme Wide Shot (EWS)

Pengambilan gambar luas yang ekstrim sehingga mencakup semua kondisi disekitar untuk membangun suasana sebuah adegan. Dalam pengambilan gambar ini sering kali membuat subjek sendiri menjadi tidak begitu tampak hingga fokus dari pengambilan ini hanya pada lingkungan di sekitar obyek.

- Very Wide Shot (VWS)

Pengambilan gambar jenis ini juga termasuk pengambilan gambar yang mencakup area yang sangat luas, akan tetapi dibandingkan dengan EWS pengambilan visual ini lebih sempit karena dalam pengambilan gambar VWS ini masih dapat membuat fokus terhadap subyek dan tidak mengabaikan suasana dari lingkungan sekitarnya.

- Wide Shot (WS/Long Shot/Full Shot)

Pengambilan jenis ini membuat subjek berada mendekati batas antara frame atas dan frame bawah dimana ini bertujuan untuk memberikan ruang aman yang membuat nyaman dalam melihat pergerakan subjek.

- Mid Shot (MS/Medium Shot)

Mid shot merupakan pengambilan gambar yang cukup rinci, yang biasanya dilihat dari anatomi manusia sendiri diambil dari pinggang hingga atas kepala. Pada dasarnya pengambilan shot jenis ini merupakan pengambilan yang ditujukan untuk awal dari sebuah transisi untuk memasuki bagian gambar yang mengekspose reaksi atau emosi objek.

- Medium Close Up (MCU)

Medium Close Up adalah pengambilan yang menunjukkan permukaan atau wajah subjek secara jelas membangun ekspresi. Biasanya digunakan untuk mengambil gambar dari bagian dada hingga kepala yang sudah cukup untuk memberikan bentuk emosi.

- Close Up (CU)

Shot tipe ini biasa digunakan untuk menekankan pada keadaan emosi. Shot ini juga berguna untuk menampilkan detail sehingga tak jarang digunakan sebagai *cut-in*.

- Extreme Close Up (ECU/XCU)

Pengambilan yang benar-benar terfokus untuk menunjukkan detail dengan sangat dekat. Pengambilan gambar jenis ini perlu pertimbangan khusus yang mana ini jarang sekali digunakan tanpa adanya alasan yang kuat.

- Cut-In

Pengambilan detail yang jaraknya sama dengan pengambilan close up tetapi lebih menekankan pada emosi atau ekspresi. Biasanya pengambilan jenis ini ditandai dengan bentuk Gerakan yang mana dapat menimbulkan kesan antusiasme, agitasi, resah, empati, marah atau apapun yang dialami subjek.

- Cutaway

Pengambilan gambar pada objek milik subjek yang bertujuan untuk menguatkan suasana, pada umumnya cutaway ini bertujuan untuk meningkatkan kesan cinematic.

- Two Shot

Two Shot merupakan pengambilan pada dua subjek yang mana kedua subjek tersebut melakukan interaksi.

- Over The Shoulder Shot

Pengambilan pada dua subjek tetapi hanya terfokus pada satu subjek yang mana satu subjek bagian dari Teknik *framing*. Shot ini pada dasarnya memiliki dua fungsi, yaitu untuk membangunkan suasana dan juga untuk menunjukkan jika satu subjek dengan subjek lainnya melakukan interaksi.

- Noddy Shot

Pengambilan gambar yang terfokus untuk seseorang yang melakukan dialog. Umumnya noddy shot ini biasa digunakan untuk pembawa acara dan wawancara.

- Point Of View Shot

Pengambilan pada sudut pandang lain yang bertujuan untuk menghindari kesan kamera statis yang notabene akan membuat audien mudah bosan Ketika melihatnya.

- Weather Shot

Weather Shot tidak jauh berbeda dengan EWS, mengambil panorama secara luas yang juga bertujuan untuk menguatkan suasana. Akan tetapi terdapat perbedaan besar, yaitu pada subjek dan kecepatan gerak. Umumnya weather shot ini tidak menggunakan subjek apapun, tetapi hanya fokus pada pemandangan. Selain itu gerakannya biasanya bersifat menjauh atau bergeser dari atas kebawah maupun kanan ke kiri. Adapula yang tidak menggunakan gerak sama sekali tetapi akan ditambahkan efek *timelapse*.

d. Sinopsis

Video Company Profile Upton PVC ini berisi tentang edukasi pada masyarakat terhadap plafon dengan bahan PVC yang menjadi solusi bagi keresahan masyarakat di Indonesia khususnya di keresidenan Surakarta pada bahan jenis lain yang tidak memiliki kelebihan seperti bahan PVC. Selain memberikan edukasi tentang bahan PVC, video company profile ini juga menjelaskan pilihan yang tepat untuk mengambil bahan PVC di Distributor Upton Surakarta karena selain motif bervariasi dan bahan yang berkualitas, Distributor Upton PVC juga memberikan harga yang relatif lebih ekonomis dibanding dengan produk lain.

e. Storyline

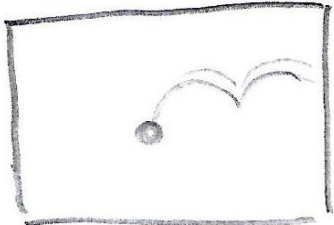
Produksi Video Company Profile Upton Plafon PVC Surakarta ini memiliki alur yang bertahap dimana masing-masing alur tersebut memiliki peran penting untuk mengarahkan dari alur yang satu ke alur berikutnya. Berikut adalah tahap-tahap penyajian dalam garis besar dari pembuatan video Company Profile Upton PVC Wonogiri :



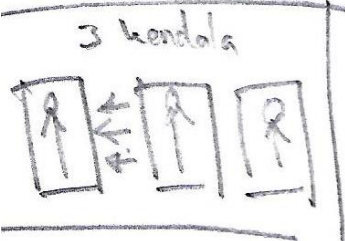

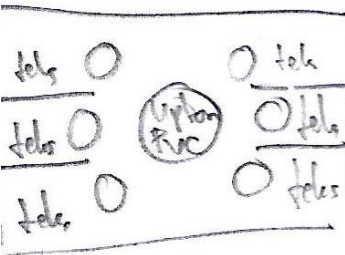
Pengenalan Masalah	<ol style="list-style-type: none">1. Menunjukkan jika informasi berupa video tersebut ditujukan kepada setiap orang yang memiliki kendala ketika ingin merenovasi rumah ataupun yang sedang ingin membangun rumah baru.2. Menjelaskan apa yang sebenarnya menjadi kendala dari tiap orang untuk menunda atau ragu dalam merenovasi rumah.
Menginformasikan Solusi	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan mengapa bahan pvc menjadi solusi dibanding dengan bahan jenis lain. Hal ini dijelaskan dengan menginformasikan semua kelebihan bahan pvc.2. Mengarahkan audien untuk memilih bahan pvc ke distributor resmi Upton PVC Surakarta.3. Menjelaskan alasan mengapa audien diarahkan untuk memilih Upton PVC Surakarta.

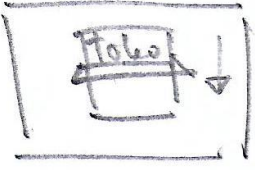
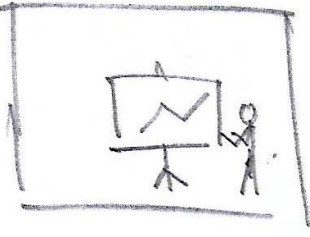
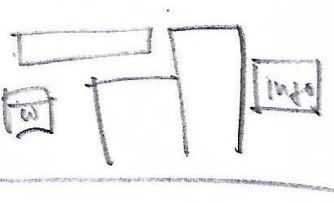
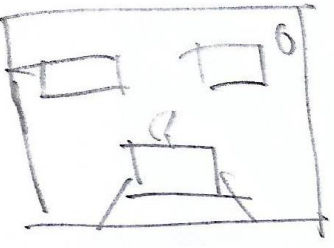
Meningkatkan Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan asal muasal dari Upton. 2. Menjelaskan perkembangan Upton sendiri di wilayah keresidenan Surakarta dan juga perkembangan upton yang tersebar diseluruh Indonesia.
Menginformasikan Portofolio dan Kontak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan semua proyek yang sudah dikerjakan oleh Upton di Instagram. 2. Menyisipkan informasi sosial media berupa Instagram, Facebook dan juga WhatsApp yang dapat dihubungi.
Menutup dengan Slogan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan slogan yang menjadi ciri khas upton di seluruh Indonesia.

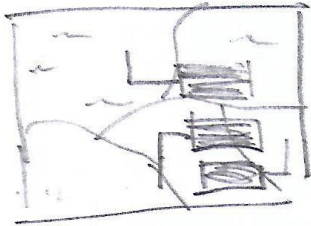
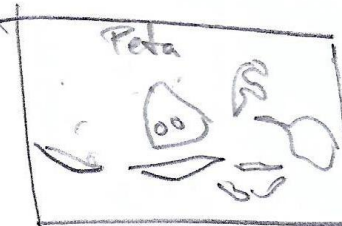
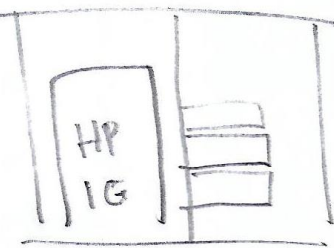
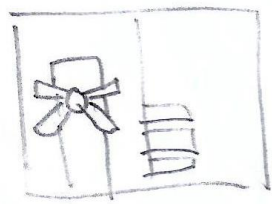
Tabel 2 : Tabel Storyline
 Sumber (Yusuf Adhi Pranata, 2020)

f. Storyboard

No	Sketsa	Keterangan
1		Lingkaran memantul dari sisi kanan. Sampai ditengah screen lingkaran membesar untuk memunculkan scene berikutnya.

2		<p>Semua Objek muncul dengan teknis <i>scaling</i>.</p> <p>Objek seseorang menggerakkan kuas untuk memberi kesan renovasi rumah.</p>
3		<p>Muncul teks 3 kendala dengan background putih persegi.</p>
		<p><i>Scaling</i> teks hingga membuat background baru. Muncul subjek-subjek yang mewakili kendala dengan pergeseran posisi dari kanan ke kiri.</p>
4		<p>Transisi dengan <i>overlap</i> lalu memunculkan scene baru dimana box akan muncul dengan lampu yang akan menyala. Setelah lampu menyala digantikan dengan logo Upton.</p>
5		<p>Transisi 3 warna dari tengah lalu memunculkan kelebihan pvc.</p>

6		<p>Toko muncul dengan <i>sliding</i> dari atas ke bawah. Lalu menghilang dengan turun kebawah frame.</p>
7		<p>Scene presentasi dengan <i>scaling</i>. Grafik muncul dengan menggunakan <i>trim path</i>. Penjelasan kelebihan muncul dengan menambahkan <i>luma mate</i> yang menghalangi teks “10%-30%”, “pemborong” dan juga “produk lain”.</p>
8		<p>Gedung induk perusahaan Plaswood muncul pertama disusul dengan gedung anak perusahaan Upton.</p>
9		<p>Zoom out menampilkan tampilan kantor dan menjelaskan scene sebelumnya merupakan jendela yang merupakan bagian dari ruangan kerja.</p>

10		<p>Muncul peta Jawa Tengah yang mencakup untuk wilayah agen distributor Upton Surakarta.</p>
11		<p>Zoom out untuk menunjukkan peta negara Indonesia dan juga menandai persebaran agen dan distributor diseluruh Indonesia.</p>
12		<p>Kembali ke tampilan sebuah ruangan lalu muncul transisi <i>overlap</i> disusul dengan ponsel pintar yang layarnya berupa tampilan instagram resmi Upton Plafon PVC. Muncul juga penjelasan yang berisi kontak dan juga sosial media dari Upton.</p>
13		<p>Overlap didalam layar lalu muncul slogan Upton.</p>

Tabel 3 : Tabel Storyboard
Sumber (Yusuf Adhi Pranata, 2020)

3. Media Plan

Media plan merupakan promosi alternatif yang digunakan untuk memberikan kesan profesional dan menarik pada konsumen. Berikut adalah media plan yang disajikan dalam menarik perhatian konsumen.

a. Roll Banner

Roll banner merupakan media cetak yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, baik untuk promosi ataupun mengenalkan produk. Roll banner ini lebih efisien dan menarik karena ukuran yang lebih besar dibandingkan poster sehingga dari jarak yang tidak terlalu dekat pun tetap terlihat.

b. Kartu Nama

Business card atau kartu nama adalah kartu yang berisikan informasi yang tujuannya untuk dapat terhubung. Kartu nama ini dapat dimiliki baik untuk perorangan atau perusahaan. Kartu nama ini dapat diberikan pada konsumen sehingga konsumen dapat tetap terhubung ketika masih dalam pengerjaan proyek ataupun setelah proyek itu sendiri selesai. Dimata pelanggan, kartu nama dapat memberikan kesan profesional dalam suatu pekerjaan. Hal ini juga dapat memberikan rasa kepercayaan pada perusahaan.

c. Nota

Nota adalah bukti transaksi jual beli yang wajib dimiliki tiap usaha. Nota dengan desain perusahaan sendiri menunjukkan jika

perusahaan itu benar-benar memiliki brand atau karakter di mata konsumen.

d. Ballpoint

Untuk mengakhiri kesepakatan diperlukan adanya bukti valid dari hasil kesepakatan tersebut, Salah satunya adalah dengan tanda tangan. Dengan memberikan ballpoint sebagai bonus untuk mengakhiri kesepakatan, perusahaan mendapat image karena dimata pelanggan akan mendapat kesan totalitas.

e. Poster

Poster menjadi salah satu media penyampaian informasi, selain untuk penyampaian informasi, poster itu sendiri juga dapat memberikan kesan dekoratif pada interior dengan penataan ruang yang tepat.

f. Lanyard

Lanyard adalah tali khusus ID card yang biasa digunakan untuk event atau souvenir dari perusahaan. Selain ballpoint, tanda terima nota, dan kartu nama, lanyard dapat diberikan sepaket dengan media tersebut sehingga dapat memberikan kepuasan sendiri pada konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

g. Kalender Meja

Menentukan tanggal pengantaran barang dan tanggal pemasangan biasa dibahas sebelum melakukan kesepakatan. Menunjukan tanggal dengan kalender meja sendiri lebih efisien

sehingga konsumen dapat memilih dengan santai dibandingkan dengan kalender yang terpasang di dinding.

h. Stopmap

Stopmap dapat diberikan bersamaan ballpoint, kartu nama dan lanyard setelah nota sendiri sudah di isi oleh pihak marketing. Memberikan sebuah paket tersebut menunjukkan keramah tamahan sekaligus memberikan kesan totalitas dari perusahaan.