

## **BAB III**

### **ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Analisa Data**

##### 1. Segmentasi

Berdasarkan hasil identifikasi data, data tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan analisa dan perancangan yang sesuai melalui berbagai pertimbangan yaitu:

##### a. Geografis

Cakupan wilayah untuk menyebarkan kampanye video *cinematic selflove* ini yaitu seluruh kota di Indonesia, Karena video ini disebarluaskan di Indonesia untuk edukasi anak remaja yang membutuhkan dorongan untuk lebih mencintai diri sendiri dan dapat dilihat secara luas melalui internet.

##### b. Demografi

1. Umur : 18 – 25 tahun
2. Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
3. Pendidikan : Semua Kalangan
4. Ekonomi : Tingkat ekonomi menengah keatas
5. Agama : Semua Agama

##### c. Psikografi

Segmentasi ini diidentifikasi berdasarkan karakteristik kepribadian masyarakat. Anak – anak remaja di Indonesia yang memiliki bentuk tubuh tidak ideal, mempunyai masalah pada kulit,

cacat fisik (disabilitas), sedang mengalami *quarter crisis life*, dan menyukai informasi tentang *selflove* ataupun kesehatan mental.

d. Behavior

Segmentasi ini di identifikasikan terhadap aktivitas atau kebiasaan seseorang. Anak remaja di Indonesia dan disekitarnya remaja yang memiliki rasa ketidakpercayaan diri yang berlebihan, anak tongkrongan, anak sekolah SMK atau SMA, kuliah, kerja. Bermain sosial media seperti *instagram* dan *youtube*

**2. USP (*Unique Selling Proposition*)**

USP (*Unique Selling Proposition*) merupakan strategi untuk menciptakan keunikan dan keunggulan produk ataupun jasa strategi pemasaran dengan cara kreatif sehingga produk tersebut memiliki daya beda dan keunggulan. USP *selflove* ini adalah bentuk energi yang memungkinkan untuk mencapai kekuatan menyayangi diri sendiri dan bersyukur atas apapun yang terjadi dalam hidupnya. Sehingga menghasilkan ruang *selflove* dalam diri sendiri dan memprioritaskan untuk menyelamatkan diri sendiri dari mental yang buruk dengan merangkul hidup sepenuh hati. *Selflove* mengajarkan untuk memperbanyak kebaikan diri ketika sedang berjuang dan mengalami penderitaan atau kegagalan. Salah satu apresiasi *selflove* adalah memaafkan diri sendiri dan mencoba menerima. Penulis sebagai pihak komunikator mengutamakan untuk merancang karya ini dengan visual video cinematic yang menggunakan teknik *cinematography*.

### 3. ESP ( *Emotional Selling Proposition* )

Anak remaja usia 18 – 25 tahun sedang mengalami *quarter crisis life*, perasaan *insecure*, tidak percaya diri, stress, sedih, perasaan membenci diri sendiri karena pada fase ini proses pendewasaan seorang anak remaja. Kesalahan sepele ini bisa menyebabkan kesalahan yang fatal suatu hari nanti jika dibiarkan dengan tidak mengelola emosi dengan baik serta lingkungan yang positif, sehingga cara menarik emosi target audience agar lebih mencintai diri mereka sendiri dan lebih bersyukur sehingga cara menarik emosi target audience adalah dengan merancang video ini yang mudah dipahami dan menyentuh *audience*, dengan begitu maka audience dapat mudah menerima informasi serta remaja dapat menerapkan informasi dari apa yang dilihat.

### 4. Positioning

Positioning ini, merupakan suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk merk, perusahaan, individu tau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya ( Kasali, 1992:157). Perancangan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kematian remaja karena masalah kesehatan mental dan mengurangi dampak stress berlebihan agar lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri lebih berani, tidak membenci diri sendiri dan lebih bersyukur ketika menjadi manusia yang berbeda dari lainnya..

Visual yang di terapkan dalam karya ini dengan videografi menggunakan teknik *cinematography* yang menjelaskan tentang seseorang

yang mencoba bangkit untuk mencintai diri sendiri. Gaya desain yang akan ditampilkan yaitu menggunakan gaya *minimalist style video*. Gaya video seperti ini akan memunculkan kesan video yang sederhana namun dapat mempengaruhi emosi *audience*, menggunakan audio *voice over* dan efek *color grading* yang sangat sederhana sehingga tampilan video akan lebih fokus pada suasana yang dirasakan. Teknik *cinematography* adalah cara atau metode yang digunakan untuk mengambil gambar agar penonton mudah untuk menangkap makna atau pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah gambar. Video tersebut diambil karena memang disesuaikan dengan obyek yang sedang diangkat ini *selflove*.

Belum pernah adanya melihat dalam komunikasi antar masyarakat dan kampanye yang dilakukan di Indonesia mengenai video edukasi kesehatan mental kampanye tentang *selflove* (mencintai diri sendiri) dalam bentuk video cinematic dengan teknik *cinematography*. Adanya video edukasi kampanye ini yang dibuat akan mendapatkan positioning atau citra yaitu sebagai media baru dalam komunikasi.

## **B. Strategi Kreatif**

Perancangan ini menggunakan strategi dengan media video *cinematic* sebagai media kampanye juga edukasi agar mengajak anak remaja lebih mencintai diri sendiri dan berdamai dengan diri sendiri.

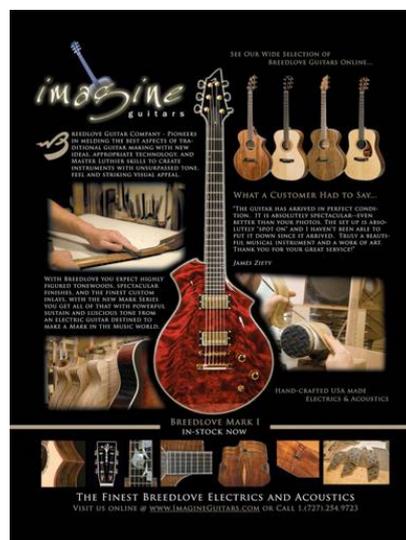
# 1. Konsep Estetis

## a. Visual

### 1) Layout

Layout pada pembuatan sangatlah penting karena diperlukan untuk menunjukkan ukuran yang tepat, posisi, desain, dan lokasi dari setiap adegan. Layout yang akan digunakan dalam perancangan video ini yaitu menggunakan:

a) *Axial Layout* merupakan tata letak yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung di sekeliling gambar utama. Fokus layout ini diletakkan di tengah halaman, kemudian elemen-elemen pendukungnya berada di sisi kanan dan kirinya.



Gambar 3. *Axial Layout*  
(<https://kelasdesain.com/macam-macam-jenis-layout/>)

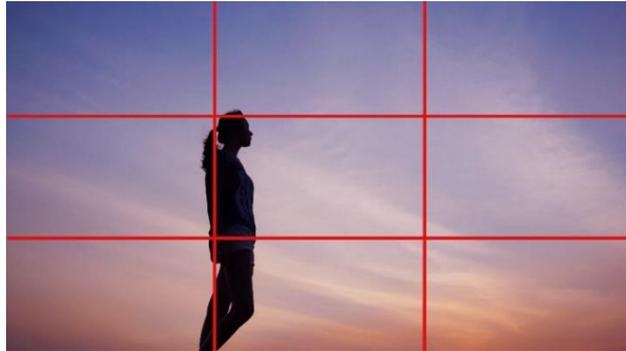
b) *Layout Picture Window*, yang kedua dengan menggunakan jenis *Picture Window Layout*. Layout ini memiliki tampilan

yang kuat diilustrasi dengan teks dibawahnya. Layout ini digunakan utk media plan, contoh poster, banner, cover, dan lain – lain



Gambar 4. *Picture Window layout*  
(<https://bungkul.com/jenis-layout-dalam-desain-grafis/>)

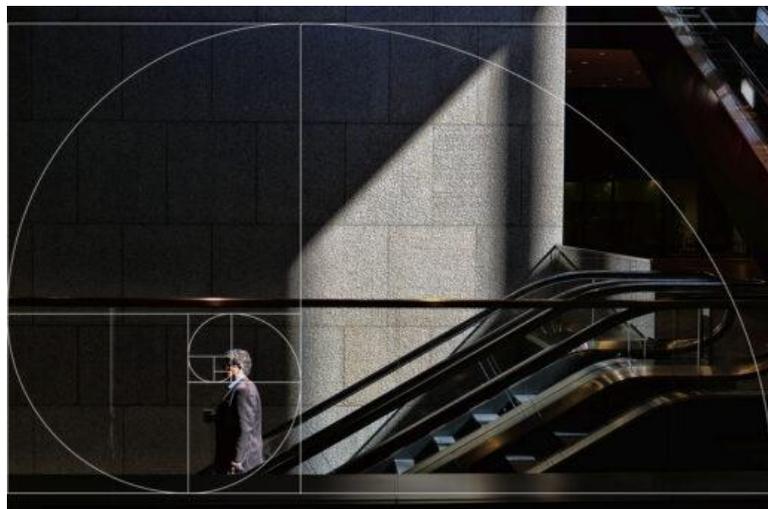
- c) *Layout Rule of thirds* merupakan patokan untuk menempatkan objek dalam gambar agar menarik untuk dilihat. Biasanya untuk memunculkan estetika, memecah-mecah desain (*horizontal* dan *vertikal*) sehingga masing-masing ketiganya memiliki tema yang serupa. Ratio layout ini yaitu 16 : 9 windscreen.



Gambar 5. *Rule of third*  
(<https://store/rule-of-thirds-premiere-pro-ccoverlay>)

d) *Golden Ratio*

*Golden Ratio* adalah angka yang digunakan ketika dua kuantitas dibagi sedemikian rupa sehingga rasionya sama dengan rasio jumlah dari yang terbesar dari dua kuantitas. Angka itu adalah 1.618, disebut juga dengan Phi.



Gambar 6. *Golden ratio*  
(<https://binus.ac.id/knowledge/2020/12/golden-ratio-dan-cara-menggunakan-dalam-desain-grafis/>)

## 2) Warna

Warna yang digunakan pada video *cinemtaic* ini warna yang menimbulkan efek psikologis yang tenang, senang tapi juga sedih, marah, kecewa karena konsep perancangan ini bersifat tentang kehidupan seseorang, dengan menggunakan warna pada film yaitu warna *sRGB*, *sRGB* adalah singkatan dari *Standard Red-Green - Blue* yang merupakan model warna pencahayaan (*addictive color mode*) yang digunakan untuk "input" pada scanner dan "output" pada display monitor. Warna yang dimana dapat mencakup 16 juta warna. Dalam hal ini pertama kali ditangkap oleh mata manusia selain bentuk adalah warna. Subjek warna yang menjadi salah satu hal yang dapat memanipulasi emosi di layar dan penonton dalam mempengaruhi daya tarik sebuah karya atau desain karena dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang melihat. Alasan memilih *sRGB* karena mayoritas monitor pada saat ini menggunakan ruang warna *sRGB* bukan Adobe *RG*.

Tone warna yang akan digunakan pada video *cinematic selflove* ini dengan menggunakan tonre warna asli yang diatur ulang diedit agar selaras dan seimbang. Tone warna film akan mengacu pada referensi tone warna film "*All The bright Places*" disesuaikan dengan kondisi cahaya yang dapat dijangkau kamera yang digunakan.



Gambar 7. Referensi palet tone film *All The bright Places*  
(<https://id.pinterest.com/pin/31117065550899488/>)

Untuk melengkapi kekurangan warna yang ada maka akan menggunakan palet warna dari *Shapiresquire*. Palet dari *Shapiresquire* ini mencakup warna serupa dari palette tone film yang telah dijadikan referensi. Warna yang akan digunakan pada media pendukung yaitu menggunakan warna khas yang sering di gunakan pada media cetak.



Gambar 8. Color palettes *Shapiresquire*  
(<https://id.pinterest.com/pin/344384702757387110/>)

### 3) Tipografi

Tipografi adalah unsur penting dalam desain dalam memilih dan menata huruf untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menarik secara visual. Tipografi yang akan digunakan tidak terlalu banyak, simple dan bersih.

Font pertama adalah font jenis sans serif yaitu Museo Sans, Futura Md BT Bold untuk video cinematic selflove dan font Shrikhand untuk media pendukung. Font ini dipilih karena lebih mudah dibaca dan membuat pembaca tidak cepat bosan dan suntuk.

Font Museo Sans :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁÊËÏÖØ  
abcdefghijklmnopqrst  
uvwxyzàá&12345678  
901234567890(\$£€.,!?)

Font Futura Md BT Bold :

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m o p q r s t u  
v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Font Shrikand :

<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>
<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>
<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>f</b>	<b>g</b>	<b>h</b>	<b>i</b>	<b>j</b>	<b>k</b>	<b>l</b>	<b>m</b>
<b>n</b>	<b>o</b>	<b>p</b>	<b>q</b>	<b>r</b>	<b>s</b>	<b>t</b>	<b>u</b>	<b>v</b>	<b>w</b>	<b>x</b>	<b>y</b>	<b>z</b>
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>			
.	,	;	:	@	#	'	!	"	/	?	<	>
%	&	*	(	)	□	\$						

#### 4) Ilustrasi

Ilustrasi gambar yang di gunakan dalam rancangan media kampanye ini adalah menggunakan ilustrasi gambar bergerak yang menampilkan keadaan sebenarnya yang dialami oleh seseorang yang sedang mencoba untuk mencintai diri sendiri. Visual yang digunakan merupakan hasil dari teknik fotografi yang selanjutnya dibuat dengan olahan digital video *cinematic* dengan teknik *cinematography*, agar visual terlihat menarik, menyentuh, dan berkesan sesuai target audience yang dituju. Visual yang akan dimunculkan diambil dari apa yang terlihat di sekitar lingkungan, hal-hal yang menjadi kebiasaan anak remaja sampai difase mencintai diri sendiri. Dengan tujuan apa yang terlihat pada kondisi seseorang ketika mengalami *fase down*. Warna – warna yang digunakan menggunakan warna dalam film yaitu *monochrom* yang menggunakan warna soft, tenang dan lebih mengikuti suasana alur.

Penggunaan ilustrasi ini berfungsi sebagai daya tarik emosional. Ilustrasi nantinya akan di tempatkan di media pendukung. Penggunaan ilustrasi pada media utama yang berupa video akan sangat sedikit proporsinya di karenakan visual dari video tersebut sudah cukup untuk menggambarkan pesan yang ingin di sampaikan dan ilustrasi ini menggunakan gaya *late modern style*. *Late Modern* banyak menggunakan prinsip desain *sederhana* pada karya desainnya. Semuanya itu juga menggunakan bentuk geometris yang terdistorsi, simple dan dekorasi yang tidak terlalu ribet.



Gambar 9. Late modern style  
(<https://id.pinterest.com/minionsnid/late-modern/>)

##### 5) Sinopsis

*Selflove* merupakan cara untuk mencintai diri sendiri dengan cara menerima segala kondisi yang ada di dalam diri kita. Anak remaja perempuan yang sedang di fase *quarter crisis life* dan rasa *inscure* berlebihan. Tekanan, ketakutan, kegagalan masa depan yang tidak disangka dapat kehilangan minat pada kehidupan

sendiri. Video cinematic selflove ini menggunakan metode teknik video *cinematography*. Setiap video yang nantinya akan di sampaikan melalui *voice over*. Kampanye edukasi *selflove* “Bagaimana cara untuk berpikir lebih positif juga emosi yang baik” dan “Bagaimana cara lebih mencintai diri sendiri dengan percaya diri”. Kemudian video akan di tutup dengan penjelasan tentang *selflove*.

#### 6) Storyline

No	Scene	Video
1	Scene 1	View suasana pasar gede
2	Scene 2	Widya berjalan – jalan dipasar gede
3	Scene 3	Widya memotret awan sambil berjalan
4	Scene 4	View detik jam dinding berputar
5	Scene 5	Widya melihat laptop dengan wajah datar dan pusing memikirkan kekurangan dirinya sendiri
6	Scene 6	Widya duduk di kasur sembari memainkan handphonenya dengan melihat – lihat wanita cantik di social media Instagram
7	Scene 7	Widya tergeletak dikasur berguling kekanan kekiri dengan wajah murung dan memikirkan sesuatu yang tidak – tidak
8	Scene 8	Widya duduk diatas kasur merenung dan sedih
9	Scene 9	Widya duduk dibawah kasur dan mengatai dirinya sendiri buruk lewat suara batinnya dengan tertawa jahat
10	Scene 10	View rintikan hujan dikolam ikan nila
11	Scene 11	Widya duduk diatas kasur sedang membaca buku dan mendapat WA dari temannya

12	Scene 12	Widya mengambil kiriman paket di teras, paket kiriman dari temn – temannya
13	Scene 13	Widya berjalan kekamar setelah mengambil kiriman paket
14	Scene 14	Widya duduk membuka kiriman paket yang dibawanya
15	Scene 15	Widya membaca isi paket yang dari teman – temannya yang berisi kata – kata motivasi
16	Scene 16	Widya berjalan membuka pintu depan rumah untuk keluar
17	Scene 17	Widya setelah membuka pintu dia berjalan dengan wajah senang
18	Scene 18	View pemandangan pohon menggantung di kampus
19	Scene 19	Widya duduk di gazebo kampus sambil membaca buku
20	Scene 20	Tampilan kertas yang berisi kata motivasi “Kamu tidak perlu menjadi sempurna untuk dikagumi buatlah orang kagum dengan caramu menerima ketidak sempurnaan
21	Scene 21	Credit Video

Table 2. Storyline video cinematic selflove

(Arruum Giriani, 2023)

## 7) Naskah

Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
1	Orang lain melihat kehidupanku selalu dilabeli dengan kata sempurna	EXT. Pasar Gede Suasana jalanan Pasar Gede ( <i>Long Shot</i> )	BGM: Sunken Days

Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
2	<p>- Yang tidak pernah insecure, cemas, ataupun stress</p> <p>- Padahal aku hanya manusia biasa yang tidak jauh dari kata sempurna</p> <p>- Manusia dengan segala kekurangan dan segundang overthingking dikepalaku</p>	<p>EXT. Pasar Gede</p> <p>Berjalan dipinggir jalan pasar gede</p> <p><i>Cut to cut</i></p> <p>Memotret awan dan jalanan pasar gede sambil berjalan</p> <p><i>(Medium shoot, Medium Long shoot, Medium Close Up, Full Shoot)</i></p>	BGM : Sunken Days
3	-	<p>INT. Ruang Tamu</p> <p>Jam dinding berdetik</p> <p><i>(Extreme Close Up)</i></p>	BGM : Sunken Days
4	<p>Semakin memikirkan dan membandingkan kehidupanku dan kehidupan orang lain, perlahan – lahan menjadi semakin rumit dan tak terkendali</p>	<p>INT. Kamar</p> <p>Widya melihat laptop dengan wajah datar sedih</p> <p><i>Cut to cut</i></p> <p>Widya memegang kepala karena pusing dengan hidupnya tidak ada kejelasan yang pasti</p> <p><i>(Close Up dan Big Close Up)</i></p>	BGM: Sunken Days
5	<p>- Siapapun yang memiliki wajah yang cantik dan tubuh</p>	<p>INT. Kamar Tidur</p> <p>Widya sedang duduk dan Membuka</p>	BGM: Sunken Days

Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
	ideal di social media sangat memanjakan mata untuk memandang siapapun yang melihat	handphone sedang melihat -lihat wajah orang – orang cantik di social media <i>(Medium Long Shot)</i>	
6	Aku rindu dengan diriku yang dulu tidak takut akan penilaian orang lain	INT. Kamar Tidur Tidur dikasur dan memikirkan sesuatu hal yang tidak – tidak <i>Cut to cut</i> Membolak balikkan tubuh kekiri dan kekanan <i>(Medium Long Shot)</i> <i>Cut to cut</i>	BGM : Conquerors
7	Semua akan menjadi lebih mudah menjadi good looking	INT. Kamar Tidur Merenung sambil duduk memikirkan masa depan hal yang membuat sedih, cemas, galau <i>(Medium Long Shot)</i>	BGM : Conquerors
8	Dasar pendek, item, gak cantik, apalagi gak ideal, dasar kamu baperan, gak berguna lagi	INT. Kamar Tidur Widya duduk dibawah kasur dengan wajah datar sedih juga tertawa karena menertawakan hidup yang tidak sempurna seperti	BGM : Conquerors

Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
		orang lain bicarakan <i>(Medium Shot)</i>	
9	Mengapa aku banyak kurangnya daripada lebihnya	Ext. Kolam Ikan View kolam yang berisi ikan nila disertai hujan rintik – rintik <i>(Long Shot)</i>	BGM : Sorrow
10	■	Int. Kamar Tidur Widya sedang membaca buku tiba-tiba mendapat pesan dari temannya bahwa kiriman paket dari temannya sudah datang dan widya menjawab ok <i>(Full Shot)</i>	BGM : Sorrow
11	■	Ext. Teras Rumah Mengambil paketan dari teman – temannya di depan rumah <i>Cut to cut</i> Berjalan menuju kamar setelah mengambil paket dari teman di depan rumah	BGM : Sorrow

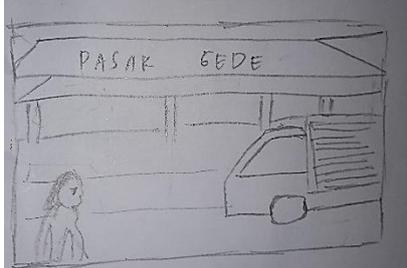
Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
		<i>(Long Shot dan Medium Close Up)</i>	
12	Akhirnya aku tersadar bahwa aku masih memiliki teman – teman yang sangat mendukungku	INT. Kamar Membuka Paket kiriman dari teman – teman <i>(Long Shot)</i> <i>Cut to cut</i>	BGM : Sorrow
13	■	INT. Kamar Tidur Membuka kertas <i>Cut to cut</i> Membaca surat dan kata – kata motivasi dari teman – teman <i>(Medium Close Up dan Extreme Close Up)</i>	BGM : Sorrow
14	Lebih bersyukur atas apapun yang terjadi itu bentuk apresiasi terbesar saat diri merasa berbeda dari orang lain	INT. Ruang Tamu Ext. Teras Rumah Berjalan untuk membuka pintu depan rumah <i>Cut to cut</i> Membuka pintu rumah dengan senang <i>(Medium Shot)</i>	BGM : Sorrow
15	■	EXT. Gazebo Kampus Visualisasi ranting pohon yang bergerak	BGM : Sorrow

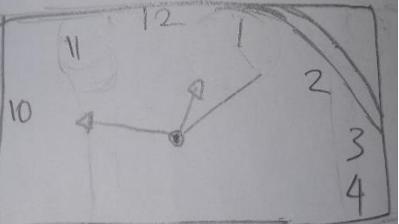
Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
		karena angin sepoi - sepoi <i>(Long Shot)</i>	
16	- Maka menjadilah berbeda dan unik untuk dirimu sendiri - Jika tidak memiliki kekuatan untuk bertahan temukan sekitarmu	EXT. Gazebo Kampus Sedang duduk di gazebo sambil membaca buku <i>(Medium Close Up)</i>	BGM : Sorrow
17	-	Ext. Gazebo Kampus Tempelan kertas dipohon dengan kata – kata motivasi “Kamu tidak perlu menjadi sempurna untuk dikagumi, buatlah orang lain kagum dengan ketidak sempurnaan” <i>(Long Shot)</i> <i>Fade Out</i>	BGM : Sorrow
18	-	Teks: - Self Love? - Seseorang yang dapat menghargai dan mengapresiasi diri sendiri menerima ketidak sempurnaan diri. Seseorang yang	BGM : Sorrow

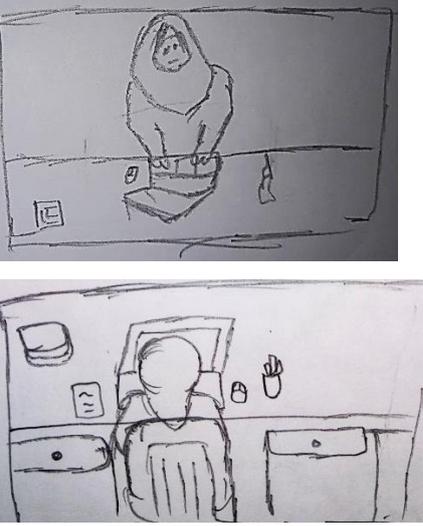
Scene	Narasi (Voice Over)	Visual	Audio
		mampu mengesamping- kan ego dalam diri mereka untuk lebih percaya diri dan mensyukuri setiap yang ada tanpa mengubah apapun hanya untuk sempurna dimata manusia <i>Fade Out</i>	
19	-	Credit title teks: cast, directed, camera, edited, background music	BGM : Sorrow

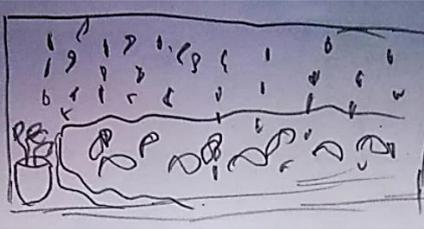
Table 3. Naskah Video Cinematic Selflove  
(Arruum Giriani, 2023)

## 8) Storyboard

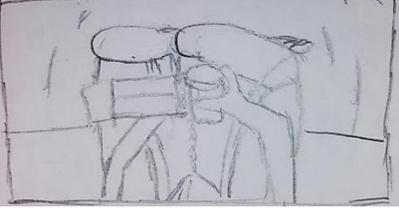
Scene	Sketsa	Keterangan
1		<b>Durasi</b> : 00 : 00 : 09 <b>Lokasi</b> : Ext. Pasar Gede <b>Diskripsi</b> : Aktivitas pasar gede yang ramai kendaraan dan masyarakat berlalu lalang dengan kesibukan masing - masing

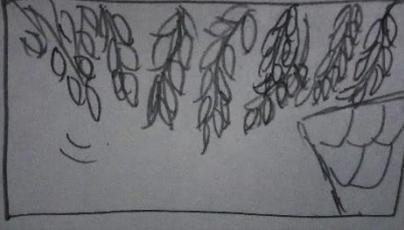
Scene	Sketsa	Keterangan
		<p><b>Kamera</b> : Long Shot – Pan – Eye Level</p>
2		<p><b>Durasi</b> : 00: 00: 35</p> <p><b>Lokasi</b> : Ext. Pasar Gede</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya berjalan – jalan di pasar gede, sambil memotret suasana pasar gede</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Medium shoot, Medium Long shoot, Full Shoot – Pan</i></p>
3		<p><b>Durasi</b> : 00: 00: 59</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Ruang Tamu</p> <p><b>Diskripsi</b> : Jam dinding berdetik menandakan waktu berganti sore hari</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Extreme Close Up</i></p>

Scene	Sketsa	Keterangan
4		<p><b>Durasi</b> : 00: 02: 16</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Ruang Belajar</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya terus memikirkan kekurangan dirinya sendiri setelah melihat gambar wanita – wanita cantik di social media</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Close Up, Big Close Up – High Angle, Eye Level</i></p>
5		<p><b>Durasi</b> : 00: 01: 49</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya melihat foto – foto wanita cantik di Instagram</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Medium Long Shot – Eye Level</i></p>
6		<p><b>Durasi</b> : 00: 01: 22</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Kamaar Tidur</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya sedang memikirkan sesuatu sambil tiduran berguling kekanan dan kekiri</p>

Scene	Sketsa	Keterangan
		<b>Kamera</b> : <i>Medium Long Shot – Eye Level</i>
7		<b>Durasi</b> : 00: 01: 33 <b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur <b>Diskripsi</b> : Widya sedang duduk merenungi nasib masa depannya dengan wajah sedih dan murung <b>Kamera</b> : <i>Medium Long shot - Overhead</i>
8		<b>Durasi</b> : 00: 02: 27 <b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur <b>Diskripsi</b> : Widya sedang membatin juga merasa muak sembari tertawa ternyata dirinya memang jelek, item, pendek sambil kesal dengan dirinya sendiri <b>Kamera</b> : <i>Medium Shot – Eye Level</i>
9		<b>Durasi</b> : 00: 02: 33 <b>Lokasi</b> : EXT. Kolam Ikan <b>Diskripsi</b> : View kolam ikan nila bersama hujan

Scene	Sketsa	Keterangan
		rintik - rintik <b>Kamera</b> : <i>Long Shot – High Eye</i>
10		<b>Durasi</b> : 00: 02: 57 <b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur <b>Diskripsi</b> : Widya saat membaca buku mendapat pesan WA dari temannya , bahwa paket yang dikirimkan dari teman – temannya ke widya sudah sampai. <b>Kamera</b> : <i>Full Shot – High Eye</i>
11		<b>Durasi</b> : 00: 03: 18 <b>Lokasi</b> : INT. Rumah <b>Diskripsi</b> : Widya mengambil kiriman paket barang dari teman – temannya dan berjalan ke kamar tidur untuk membuka paketnya. <b>Kamera</b> : <i>Long Shot, Medium Close Up – Dolly, Eye Level</i>

Scene	Sketsa	Keterangan
12		<p><b>Durasi</b> : 00: 03: 24</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya membuka paket kiriman dari teman – temannya.</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Long Shot – High Angle</i></p>
13		<p><b>Durasi</b> : 00: 03:43</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Kamar Tidur</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya membaca paketan barang yang diterima dari teman – temannya</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Medium Close Up – High Eye Level</i></p>
14		<p><b>Durasi</b> : 00: 03: 55</p> <p><b>Lokasi</b> : INT. Ruang Tamu</p> <p><b>Diskripsi</b> : Widya berjalan dengan wajah senang, karena sudah merasa mencintai dirinya sendiri dan berdamai dengan dirinya sendiri</p>

Scene	Sketsa	Keterangan
		<b>Kamera</b> : <i>Medium Shot – Eye Level</i>
15		<b>Durasi</b> : 00: 04: 04 <b>Lokasi</b> : EXT. Gazebo Kampus <b>Diskripsi</b> : Suasana pepohonan bertiup angin <b>Kamera</b> : <i>Long Shot – Low Angle</i>
16		<b>Durasi</b> : 00: 04: 29 <b>Lokasi</b> : EXT. Gazebo Kampus <b>Diskripsi</b> : Widya sedang membaca buku <i>self improvement</i> di gazebo kampus <b>Kamera</b> : <i>Medium Close Up – Eye Level, High Level</i>
17		<b>Durasi</b> : : 00: 04: 46 <b>Lokasi</b> : EXT. Gazebo Kampus <b>Diskripsi</b> : Menampilkan kata – kata motivasi “Kamu tidak perlu menjadi sempurna untuk dikagumi, buatlah orang lain kagum dengan

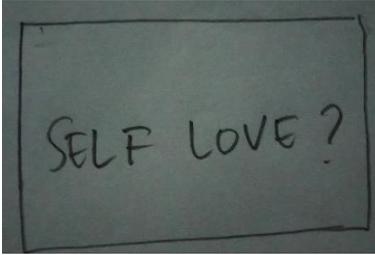
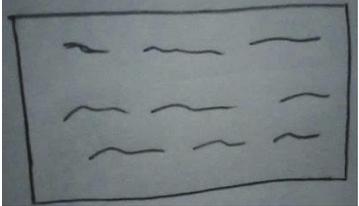
Scene	Sketsa	Keterangan
		ketidak sempurnaan” <b>Kamera</b> : <i>Long Shot – Eye Level</i>
18		<b>Durasi</b> : 00: 04: 50 <b>Lokasi</b> : - <b>Diskripsi</b> : Muncul tulisan “Selflove) <b>Kamera</b> : <i>Close Up</i>
19		<b>Durasi</b> : 00: 04: 59 <b>Lokasi</b> : - <b>Diskripsi</b> : Penjelasan tentang <i>SELF LOVE</i> <b>Kamera</b> : <i>Close Up</i>

Table 4. Storyboard Video Cinematic Selflove  
(Arruum Giriani, 2023)

b. Verbal

Perancangan ini menggunakan beberapa unsur verbal tujuannya untuk mendukung unsur visual, Berikut beberapa unsur verbal yang digunakan.

1) *Headline*

*Headline* atau judul adalah hal paling menonjol dalam sebuah konten ini yang bertujuan untuk menarik perhatian orang agar mau membaca isi konten. *Headline* hendaknya singkat dan jelas. *Headline*: AKU TIDAK SEMPURNA !!

## 2) Slogan

Slogan adalah rangkaian kata yang dibuat menarik agar mudah diingat orang. Slogan ini bertujuan untuk mengajak orang lain mencintai diri sendiri. Slogan : PELUKLAH DIRIMU DAN KESEHATAN MENTALMU.

## 2. Konsep Teknis

Dalam perancangan video cinematic *Selflove* ini melibatkan beberapa alat dan media baik dalam proses manual maupun digital. Alat yang digunakan dalam proses pembuatan video cinematic *Selflove* sebagai berikut :

### 1. Kamera Nikon D3100

Alat utama untuk pengambilan gambar video menggunakan kamera dslr Nikon d3100 membantu untuk proses produksi.



Gambar 10. Camera Nikon D3100

(<http://angsaituangarinaksa.blogspot.com/2013/07/kelebihan-dan-kekurangan-kamera-dslr.html>)

- a) Lens Mount : Nikon F
- b) Ukuran layar : 3"
- c) Berat : 505 g
- d) Dimensi : 124 x 96 x 75mm
- e) Pixels : Actual (14.8 Megapixel) dan  
Effective (14.2 Megapixel )
- f) Max Resolution : 4608 x 3072
- g) Aspect Ratio : 3:2
- h) Sensor Type/ Size : CMOS, 23.1 x 15.4 mm
- i) Resolusi Video : Full HD
- j) File Format : Still Images: JPEG, RAW ; Movies:  
MOV ;Audio: Linear PCM
- k) Memory Card Type : SD, SDHC ,SDXC

## 2. Tripod



Gambar 11. Tripod

(<http://perlengkapankamera.com/2017/07/tripod-kamera-.html>)

- a) Nama : Tripod Takara Eco-196A Black
- b) Berat : 850 gram
- c) Tinggi minimum : 47.5 m
- d) Tinggi maksimum : 1.45 m

### 3. Microphone



Gambar 12. Microphone  
(<https://www.olx.co.id/item/micmikrofonmicrophone-jepit-mic-clip-on-output-stereo-aux-35mm-iid-539534995>)

### 4. Laptop

Dalam pembuatanya keterlibatanya sangat diperlukan karena berlaku sebagai komponen utama. Segala bentuk proses produksi dari pengeditan, penambahan audio, efek, pewarnaan hingga rendering semuanya dilakukan melalui device ini Laptop Lenovo idepad 330.



Gambar 13. Laptop  
(<https://www.lenovo.com/id/in/laptops/ideapad/ideapad-300-series/Lenovo-ideapad-330-14IKB/p/88IP3001009>)

- a) Device name : Lenovo idepad 330
- b) Processor : Intel® Core™ i3-7020U Processor  
2.3 GHz (3M Cache)
- c) Installed RAM : 4GB DDR4-2400MMHz
- d) System : type 64-bit operating  
system, x64- based processor
- e) Edition : Windows 10 Home
- f) Display Resolution : 1366 x 768 pixel

#### 5. HandPhone



Gambar 14. Hp OPPO  
(<https://www.harapanrakyat.com/2019/05/saat-ramadhan-hp-oppo-a3s-dan-a5s-paling-laku-terjual/>)

## 6. Mouse



Gambar 15. Mouse Bluetooth  
(<https://www.sipitek.com/mouse-bluetooth/>)

## 7. Pensil dan Penghapus



Gambar 16. Pensil dan Penghapus  
(<https://tinyurl.com/y6rwuk9p>)

## 8. Kertas A4



Gambar 17. Kertas HVS A4  
(<https://www.bhinneka.com/sinar-dunia-kertas-hvs-a4-80g-1-rim-sku3322680002>)

Dalam pembuatan video cinematic *selflove* ini juga dibutuhkan beberapa perangkat lunak (software) yang digunakan untuk melengkapi proses pengerjaan atau perancangan video sebagai berikut :

a. *Adobe Photoshop*

*Adobe* ini merupakan perangkat lunak editor citra buatan *Adobe System* yang khusus untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital untuk perangkat lunak pengolahan foto atau gambar.



Gambar 18. Logo *Adobe Photosop*  
(<https://id.pinterest.com/pin/762726886894724836/>)

b. *Adobe Illustrator*

*Adobe Illustrator* adalah sebuah software untuk editor grafik yang berbasiskan vector, untuk membuat kartun atau ilustrasi lainnya.



Gambar 19. Logo *Adobe Illustrator*  
(<https://id.pinterest.com/pin/762726886894724836/>)

c. *Adobe Premiere*

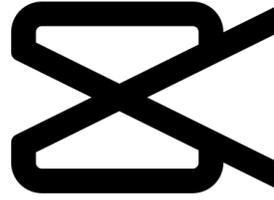
*Adobe* ini untuk menggabungkan video satu dengan video lainnya serta menambahkan music serta suara untuk video.



Gambar 20. Logo *Adobe Premiere*  
(<https://en.logodownload.org/adobe-premiere-pro-logo/>)

d. *Capcut*

*Capcut* ini digunakan untuk membuat subtitle teks pada voice over yang akan ditampilkan pada video cinematic selflove



Gambar 21. Logo Capcut  
(<https://play.google.com/store/apps/capcut/>)

### 3. Media Promosi

Media promosi yang dipakai untuk menunjang dalam Perancangan *video cinematic selflove* ini dengan media online dan offline. Adapun beberapa media promosi yang dibutuhkan sebagai berikut :

#### a. *XBanner*

XBanner adalah sebuah adalah jenis banner yang kini banyak digunakan sebagai media promosi. Jenis banner ini bisa digunakan secara indoor maupun outdoor. X banner merupakan jenis standing banner yang memiliki penyangga berupa kerangka berbentuk X. Biasanya banner ini bisa digunakan untuk pameran yang dipamerkan secara indoor maupun outdoor. Alasan memilih media ini karena positioning yang ada media promosi yang dipakai menggambarkan secara obyektif, menarik, dan efektif. Dilihat dari segmentasi merupakan media promosi yang disukai oleh orang banyak khususnya kalangan anak muda yang berusia 18 tahun sampai 25 tahun.



Gambar 22. Referensi xbanner  
(<https://www.sipintar.net/contoh-banner/>)

b. Poster

Poster merupakan suatu gambar yang mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata dengan maksud menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat (Sri Anitah, 2008:12). Dapat disimpulkan bahwa media poster secara umum adalah suatu pesan tertulis baik berupa gambar maupun tulisan yang ditujukan untuk menarik perhatian banyak orang sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima orang lain dengan mudah.



Gambar 23. Referensi Poster  
(<https://nekopencil.com/pendidikan/poster/>)

c. Kaos

Kaos adalah pakaian sederhana untuk tubuh bagian atas yang biasanya lengan pendek. Alasannya memilih media promosi ini yaitu kaos merupakan kebutuhan primer, setiap gambar atau tulisan yang ada di kaos bisa di ingat, memiliki beragam warna, kaos juga bisa untuk menyampaikan pesan, memperkuat proses promosi.



Gambar 24. Referensi Kaos  
(<https://www.warungkaos.com/melayani-sablon-kaos-vespa-original-desain-keren/>)

d. Stiker

Media informasi visual yang berupa lembaran kertas kecil atau plastic yang dapat ditempelkan. Fungsinya sebagai label yang ditempelkan pada objek mati dan suatu informasi yang meningkatkan daya beli produk. Alasan mengambil stiker menjadi media plan karena dilihat dari segmentasi stiker merupakan media promosi yang disukai oleh banyak orang karena mudah diingat.



Gambar 25. Referensi Stiker  
(<https://www.lazada.id/tag/stiker-logo-design/>)

e. Totebag

Tas untuk menyimpan sesuatu barang - barang yang penting dengan simple dan elegan.



Gambar 26. Referensi Totebag

(<https://digibook.id/blog/mengenal-bahan-pembuatan-souvenir-tote-bag/>)

f. Buku Catatan

Media buku catatan membantu untuk menyimpan catatan menjadi lebih rapi dan aman. Buku catatan tetap menjadi metode populer untuk mengambil catatan dan bisa digunakan untuk mencatat sesuatu yang penting, menulis keseharian, menulis kenangan.



Gambar 27. Referensi Buku Catatan  
(<https://tinyurl.com/558xrf57>)

g. Gantungan Kunci Akrilik

Gantungan kunci akrilik adalah sebuah gantungan khusus kunci yang terbuat dari bahan jenis akrilik. Adapun akrilik merupakan sejenis plastik yang begitu menyerupai kaca. Akrilik mempunyai tingkat ketebalan serta tampilan yang persis seperti kaca. Alasan memilih ganci akrilik karena banyak disukai anak remaja yang bentuknya mudah diingat dan bisa dibawa kemana – mana.



Gambar 28. Referensi Ganci Akrilik  
(<https://tinyurl.com/bdfkdmmt>)

h. Media Social

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi penggunaannya unruk bersosialisasi dengan manusia seluruh dunia, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, dan video. Segala konten yang dibagikan tersebut akan terbuka secara public. Beberapa diantaranya media social untuk promosi yaitu Youtube dan Instagram. Karena dizaman yang sudah canggih ini banyak anak remaja yang memiliki akun social media.



Gambar 29. Logo Media social Youtube dan Instagram

(<https://www.vecteezy.com/vector-art/3600932-set-of-square-social-media-icon-in-color-background>)