



Sekolah Tinggi
Teknologi
Informasi NIIT

I-Tech

Perancangan Video Promosi Pusat Bahasa

Fajar Arfian | Bagas Seno Aji | Zhevrilio Noerizalana Irla
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.



Editor : Arisantoso, S.T., M.Kom



Perancangan Video Promosi Pusat Bahasa

Kemajuan dalam teknologi informasi memungkinkan banyak kemudahan di bidang informasi. Media digital seperti smartphone yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, seperti dalam video promosi. Menonton video juga sudah menjadi aktivitas sehari-hari di seluruh dunia. Saat ini banyak iklan yang menggunakan video promosi. Dengan menggunakan video promosi sebagai media promosi, kita dapat menghemat banyak uang dan membuat adegan yang lebih realistis saat melakukan shooting. Dunia usaha sangat dekat, dengan istilah pemasaran dan promosi. Pada dasarnya dengan promosi ada upaya dan metode yang digunakan untuk membujuk target pelanggan dalam mendukung produk yang hendak kita jual.



0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PUSAT BAHASA

**Fajar Arfian
Bagas Seno Aji
Zhevrilio Noerizalana Irla
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.**



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
PUSAT BAHASA**

Penulis : Fajar Arfian
Bagas Seno Aji
Zhevrilio Noerizalana Irla
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.

Editor : Arisantoso, S.T., M.Kom.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Herlina Sukma

ISBN : 978-623-120-685-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,
MEI 2024
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021**

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan
Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2024

**Eureka Media Aksara bekerjasama dengan
Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT**

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian
atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan
dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam,
atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin
tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku ini merupakan buah karya dari pemikiran dari para penulis yang diberi judul PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PUSAT BAHASA. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi kami untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Kemajuan dalam teknologi informasi memungkinkan banyak kemudahan di bidang informasi. Media digital seperti smartphone yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, seperti dalam video promosi. Menonton video juga sudah menjadi aktivitas sehari-hari di seluruh dunia. Saat ini banyak iklan yang menggunakan video promosi. Dengan menggunakan video promosi sebagai media promosi, kita dapat menghemat banyak uang dan membuat adegan yang lebih realistis saat melakukan shooting. Dunia usaha sangat dekat, dengan istilah pemasaran dan promosi. Pada dasarnya dengan promosi ada upaya dan metode yang digunakan untuk membujuk target pelanggan dalam mendukung produk yang hendak kita jual.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih atas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
BAB 2 KONSEP DAN ANALISIS VIDEO	
PROMOSI	4
A. Perancangan	4
B. Definisi Multimedia	5
C. Media Diskrit.....	6
D. Pembagian Multimedia	7
1. Komunikasi Multimedia	7
2. Multimedia Content Production	8
E. Prinsip Desain	10
1. Hukum keseimbangan.....	10
2. Hukum Irama	10
3. Hukum Penekanan.....	10
4. Hukum Kesatuan	10
5. Hukum Kesederhanaan	11
6. Hukum Kejelasan	11
F. Teori Warna	11
1. Warna Primer	13
2. Warna Campuran.....	14
3. Warna Tersier	15
4. Warna Netral	16
G. Storyboard	17
H. Shooting	20
1. Adegan (<i>scene</i>)	20

2. Sekuen.....	21
3. Jenis Pengambilan Gambar	22
4. Tipografi	26
5. Elemen Penting Tipografi.....	29
6. Klasifikasi Rupa Huruf.....	30
7. Jenis Jenis Tipografi	34
BAB 3 GAMBARAN UMUM PEMBUATAN	
VIDEO PROMOSI	38
A. Logo	38
B. Target Pasar.....	39
C. Tema Desain.....	39
BAB 4 PERANCANGAN STORYLINE.....	40
A. Storyline.....	40
BAB 5 PERANCANGAN STORYBOARD.....	42
BAB 6 PENUTUP	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Multimedia dan Communication.....	8
Gambar 2. 2 Multimedia Content Production	9
Gambar 2. 3 Teori Warna	12
Gambar 2. 4 Warna Primer.....	13
Gambar 2. 5 Warna Campuran.....	15
Gambar 2. 6 Warna Tersier	16
Gambar 2. 7 Warna Netral	17
Gambar 2. 8 Story Board	18
Gambar 2. 9 Elemen pada storyboard.....	18
Gambar 2. 10 Storyboard berwarna.....	19
Gambar 2. 11 Proses shooting.....	20
Gambar 2. 12 Scene dalam Film "Lalala Land"	21
Gambar 2. 13 Font Inggris Kuno.....	30
Gambar 2. 14 Font Humanis	31
Gambar 2. 15 Old Style Font	32
Gambar 2. 16 Transitional Font.....	32
Gambar 2. 17 Modern Font	33
Gambar 2. 18 Slab Serif Font	33
Gambar 2. 19 Sans Serif Font.....	34
Gambar 2. 20 Serif	35
Gambar 2. 21 Sans Serif	35
Gambar 2. 22 Dekoratif.....	36
Gambar 2. 23 Script.....	37
Gambar 2. 24 Miscellaneous.....	37
Gambar 5. 1 Scene 1	42
Gambar 5. 2 Scene 2	43
Gambar 5. 3 Scene 3	44
Gambar 5. 4 Scene 4	45
Gambar 5. 5 Scene 5	45

Gambar 5. 6 Scene 6.....	46
Gambar 5. 7 Scene 7.....	47
Gambar 5. 8 Scene 8.....	47
Gambar 5. 9 Scene 9.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis Pengambilan Gambar.....	22
--	----



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
PUSAT BAHASA**

**Fajar Arfian
Bagas Seno Aji
Zhevrilio Noerizalana Irla
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.**



BAB

1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Promosi, atau yang biasa kita sebut promo, adalah hal yang sudah biasa bagi kita. Kemajuan teknologi terus berkembang menjadi semakin canggih, membuka banyak peluang baru. Karena ilmu pengetahuan terus berkembang, berbagai aspek kehidupan menjadi lebih efisien. bukan hanya di bidang keilmuan tetapi juga di bidang informasi. Oleh karena itu, pengiklan atau objek yang dipromosikan mengharapkan adanya peminat baru. Kemajuan dalam teknologi informasi memungkinkan banyak kemudahan di bidang informasi. Media digital seperti smartphone yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, seperti dalam video promosi. Menonton video juga sudah menjadi aktivitas sehari-hari di seluruh dunia. Media berformat video merupakan sumber informasi yang lebih baik dalam penyampaian, dan fleksibilitas dibandingkan dengan media cetak. Media digital juga dapat digunakan sebagai alat promosi yang sangat baik bagus, karena sekarang

BAB 2

KONSEP DAN ANALISIS VIDEO PROMOSI

A. Perancangan

Salah satu komponen paling penting dalam pembuatan program adalah perancangan, yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan lengkap kepada pemrogram dan ahli teknik yang terlibat. Perancangan harus praktis dan mudah digunakan.

Perancangan adalah proses mendefinisikan proyek dengan berbagai metode dan memasukkan deskripsi arsitektur, detail komponen, dan kendala yang akan dihadapi selama proses.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), perancangan adalah proses, cara, atau pembuatan desain. Merencanakan berarti membuat rencana sebelum melakukan, mengerjakan, atau bertindak apa pun. Dalam bahasa Inggris, kata "desain" memiliki arti "desain", yang dapat dijelaskan sebagai "ilmu yang berkaitan". dengan perancangan dan persiapan. biasanya dalam bentuk gambar sebelum diubah menjadi bentuk sebenarnya.

BAB 3 | GAMBARAN UMUM PEMBUATAN VIDEO PROMOSI

Sangat penting untuk mengetahui tindakan yang harus diambil untuk membangun Sistem Informasi karena informasi ini kita dapat mengetahui apa yang harus dilakukan dengan sistem yang baru dibuat dan mengetahui Apakah sistem lama telah dimodifikasi atau apakah pembaharuan sistem lainnya diperlukan.

A. Logo

Logo yang dibuat merupakan jenis logotype, dengan menggunakan font *Futura Heavy Bt*. Kesan logo Pusat Bahasa yaitu Modern, Simple, Edukasi, Belajar dan terutama mudah diaplikasikan keberbagai media, mulai dari media cetak yang besar sampai bahkan media cetak yang sangat kecil sekalipun. Sedangkan dari warna, ialah menggunakan warna brand yaitu Biru Tua.

BAB

4

PERANCANGAN STORYLINE

A. Storyline

Storyline yang digunakan untuk membuat Video Promosi Pusat Bahasa

1. Scene 1

Memperlihatkan tulisan “TIME” disusulkan dengan gambar jam, tulisan “GROW” disusul dengan gambar kurva statistik dan tulisan “DO” disusul dengan gambar kaki seorang pria yang sedang berlari.

2. Scene 2

Memperlihatkan seorang mahasiswi yang sedang berjalan-jalan di area kampus dan memperkenalkan dirinya dan juga passion yang dimiliki.

3. Scene 3

Mahasiswi yang sama berada di dalam kelas dan memaparkan tentang rintangan yang dimilikinya yaitu Bahasa dan juga keinginannya untuk meningkatkan kemampuan berbahasanya.

BAB

5

PERANCANGAN STORYBOARD

Storyboard digunakan untuk mempermudah proses penggambaran dalam melakukan pengambilan gambar dan juga untuk rangkaian proses lainnya.

Untuk rancangan yang digunakan untuk membuat iklan Promosi Pusat Bahasa dari beberapa scene yang sudah digabungkan menjadi rangkaian dalam storyboard berikut:

1. Scene 1



Gambar 5. 1 Scene 1

BAB

6

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penulis membuat iklan produk ini sebagai wujud dari keikutsertaan dalam perkembangan dunia multi dan sebagai salah satu promosi. Software yang telah ikut serta di dalam pembuatan iklan produk ini adalah Adobe Premiere Pro CC2018, Adobe Illustrator CC2018, Adobe Media Encoder CC2018 untuk melakukan editing video.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Adawiyah, R. MAKNA PENGGUNAAN WARNA MERAH PADA LOGO RESTORAN CEPAT SAJI.
- Alwi, K., & Yohannis, A. R. (2016). Aplikasi Multimedia Jarimatika. Jakarta. Institut Teknologi dan Bisnis.
- Fernando, Yusra, et al. "Penerapan teknologi augmented reality katalog perumahan sebagai media pemasaran pada PT. San Esha Arthamas." J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika) 5.1 (2021): 62-71.
- Gunawan, G., Harjono, A., & Sutrio, S. (2015). Multimedia interaktif dalam pembelajaran konsep listrik bagi calon guru. Jurnal Pendidikan Fisika dan Teknologi, 1(1), 9-14.
- Kosala, J. C. G. (2017). Analisis Teknik Pergerakan Kamera pada Film Bergenre Action Fast and Furious 7 (Doctoral dissertation, FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN).
- Manurung, P. (2020). Multimedia Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid 19. Al-Fikru: Jurnal Ilmiah, 14(1), 1-12.
- Mutiandani, S., & Sanwasih, M. (2021). Perancangan Aplikasi Kasir (Studi Kasus: Rumah Makan Padang Anak Minang) Menggunakan PHP Framework. Jurnal Maklumatika, 139-148.

- Pratama, E. A. (2017). Alat peraga pengenalan warna bagi anak usia dini (studi kasus: TK bhinneka Surabaya). Skripsi Sarjana, Universitas Narotama, Surabaya, Indonesia.
- Ramadhani, Y. (2019). Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pada Kantor Dinas Pendidikan Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika (JISTI)*, 2(2), 42-51.
- Rizal, J. (2021). Rahasia Mewarnai Hari Berujung Prestasi: Bikin harimu inspiratif, kreatif & gak repeat itu itu aja. KBM Indonesia.
- Satzinger, Jackson, Burd.(2015).System Analysis and Design with the Unified Process, Course Technology, Cengage Learning.USA
- Subhan, M. (2012). Analisa Perancangan Sistem. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia. Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.