

# PEMBUATAN VIDEO IKLAN FATAYYA CRAFT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN APLIKASI ADOBE PREMIER DAN ADOBE AFTER EFFECT

Defira Putri Pangesta<sup>1\*</sup>, Mamok Andri Senubekti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi D3 Manajemen Informatika, Universitas Teknologi Digital, Bandung

\*E-mail: [defirapangesta@gmail.com](mailto:defirapangesta@gmail.com)<sup>1</sup>

<i>Info Artikel</i>	<i>Abstrak</i>
<p><b>Article History:</b>  <b>Received: 02 Sep 2023</b>  <b>Revised: 15 Sep 2023</b>  <b>Accepted: 19 Sep 2023</b></p>	<p><i>Perkembangan teknologi di era modern seperti sekarang berdampak besar pada kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan maka perlu untuk membuat strategi tepat guna, salah satu contohnya adalah melalui sebuah iklan. Iklan akan memberikan informasi kepada masyarakat umum. Iklan digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang, jasa maupun bisnis yang di jalankan. Iklan bisa di buat menggunakan unsur multimedia, di mana ada mengabungkan unsur gambar, suara, video, teks dan animasi untuk menciptakan sebuah iklan video dan ini tepat sebagai upaya promosi bisnis fashion dan aksesoris seperti Fatayya Craft. Melihat target pasar Fatayya Craft adalah mereka di kalangan anak muda dan wanita. Berdasarkan hal tersebut, ini menjadi sebuah peluang untuk membuat video iklan, yang bertujuan untuk mempromosikan usaha Fatayya Craft tersebut melalui sosial media, yang dimana video iklan berfungsi sebagai iklan informatif, iklan ini termasuk ke dalam iklan komersil.</i></p>
<p><b>Keywords:</b> <i>Pembuatan Video, Fatayya Craft, Video iklan, Animasi, Aksesoris Wanita</i></p>	

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era moderen seperti sekarang berdampak besar pada kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan maka di perlu untuk membuat strategi yang tepat. Salah satu strategi yang bisa di gunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk atau jasa yang sedang di jalankan. Melalui sebuah iklan, untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum.

Iklan digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang, jasa maupun bisnis yang di jalankan. Iklan di buat menggunakan unsur multimedia, di mana mengabungkan unsur gambar, suara, video, teks dan animasi.

Fatayya Craft bergerak di bidang fashion aksesoris wanita. Melihat target pasar Fatayya Craft adalah anak muda ada sebuah peluang untuk menawarkan produk dan jasa kepada mereka dalam bentuk sebuah video iklan. namun kendala dari Fatayya Craft adalah tidak adanya sumber daya yang mampu membuat video iklan. Berdasarkan hal tersebut, ini menjadi sebuah peluang untuk membuat video iklan, yang bertujuan untuk mempromosikan usaha tersebut melalui sosial media. Dengan alasan inilah, penulis melakukan penelitian berjudul "Pembuatan Video Iklan Fatayya Craft Sebagai Media Promosi di Soial Media Menggunakan Aplikasi Adobe Premier dan Adobe After Effect".

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### *Metode Pengumpulan Data*

Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Sistem

#### 3.1.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di fatayya craft dengan objek yang diteliti adalah produk aksesoris wanita yaitu seperti kalung, gelang dan bros. dengan kelebihan harga yang terjangkau dan beragam produk yang inovatif dan menarik dan memiliki kekurangan di bagian promosi online yang kurang aktif memberikan informasi terkait produk. Fatayya craft dapat menjangkau pasar lebih luas jika di promosikan dengan tepat, karena harga produk yang terjangkau dan memiliki desain produk yang menarik. Berikut produk yang akan dibuat ke dalam video produk :



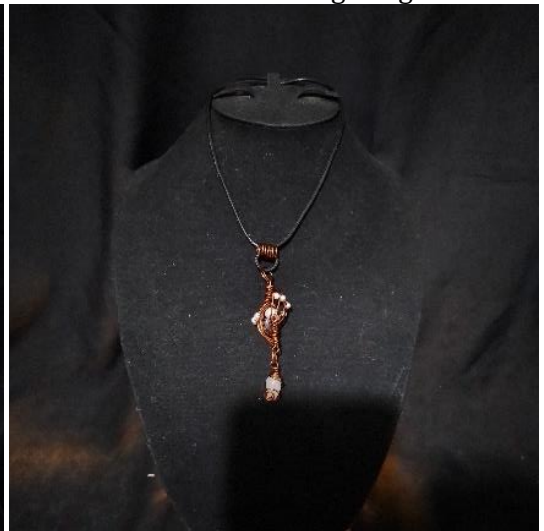
Gambar 1. Produk gelang 1



Gambar 2. Produk gelang 2



Gambar 3. Produk gelang 3



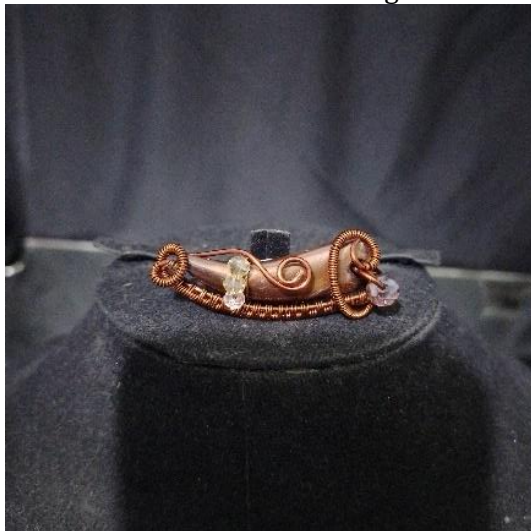
Gambar 4. Produk kalung 1



Gambar 5. Produk kalung 2



Gambar 6. Produk kalung 3



Gambar 7. Produk bros 1



Gambar 8. Produk bros 2



Gambar 9. Produk bros 3

**3.1.2. Analisis Objek****Tabel 1. SWOT**

SWOT			
Strengthness	Weakness	Opportunities	Threats
Harga yang terjangkau.	Kurangnya promosi media online dalam bentuk foto maupun video.	Dapat mengjangkau pasar lebih luas karena harga produk yang terjangkau dan jika di promosikan dengan tepat	Pesaing yang lebih inovatif.
Inovasi desain produk yang menarik.			

**3.1.3. Proposal Konsep Desain****a. Pra-produksi**

Pra produksi adalah tahapan sebelum produksi yang terdiri dari :

1. Menentukan ide dan konsep  
Ide dan konsep yang akan diimplementasikan nantinya ditahap produksi.
2. Tema  
Tema disini sebagai acuan atau gambaran dalam membuat storyboard.
3. Membuat storyboard  
Dibuat sebagai acuan dalam tahap produksi dan paska produksi.

**b. Produksi**

Tahapan produksi meliputi beberapa proses pengerjaan yang merupakan bentuk implementasi dari pra produksi yaitu:

1. Shoot video  
Shoot video produk yang akan diiklankan.
2. Pembuatan animasi  
Pembuatan animasi untuk dikombinasikan dengan video produk.
3. Rendering  
Rendering hasil animasi untuk video iklan.

**c. Paska-produksi**

Paska produksi adalah tahapan yang dilakukan sesudah produksi, tahapan ini berupa:

1. Editing  
Tahapan menyusun, mengkombinasikan, dan memberi efek pada video iklan.
2. Menambahknan audio  
Menambahkan voice over dan background music agar memeriahkan video iklan.
3. Export  
Tahapan terakhir dalam editing yaitu export, tujuannya untuk menjadikannya file video yang dapat diupload.
4. Testimoni  
Tahapan untuk menentukan ketahap selanjutnya.
5. Distribusi  
Tahap mengupload video ke sosial media.

**3.1.4. Konsep Desain Ajuan****a. Ide dan Konsep**

Video iklan ini akan menampilkan beberapa jenis produk seperti gelang, bros, dan kalung yang akan di shoot dengan latar hitam dan cahaya lampu putih agar memberikan kesan mewah pada produk. Video akan dikombinasikan dengan animasi dibagian bumber dengan animasi logo, hiasan pada video dan pengenalan bahan yang digunakan pada produk. Animasi akan dibuat sederhana dan minimalis dengan semua berwarna putih.

Daftar unsur komponen video iklan, sebagai berikut :

**Tabel 2. Unsur Komponen**

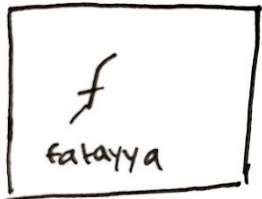

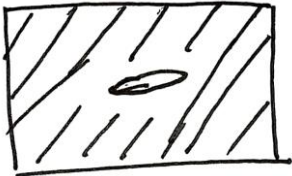
No.	Unsur komponen	Keterangan
1.	video	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16:9</li> <li>• mp4</li> </ul>
2.	Audio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musik : Kenzi Tower by Soyb *mp3</li> <li>• Voice over : m4a</li> </ul>
3.	Animasi	mp4
4.	Font	Afterglow

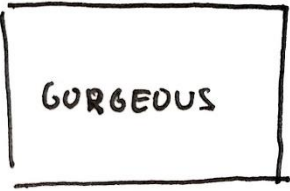
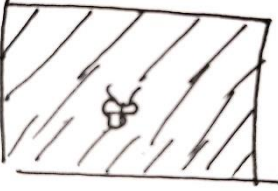

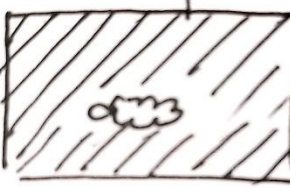



**b. Tema**

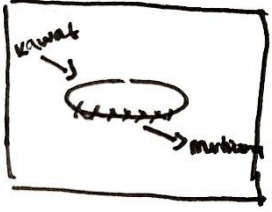
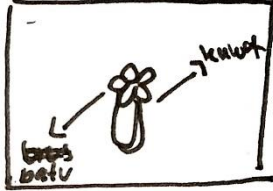
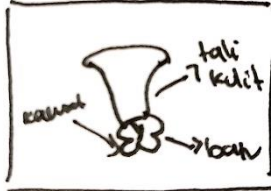


Tema yang di angkat untuk video iklan ini adalah tentang pengenalan produk untuk wanita dan anak muda. Dimana didalam video mempromosikan produk aksesoris berupa gelang, bros dan juga kalung.

Warna hitam yang akan menjadi dominan didalam video iklan akan memberikan kesan yang elegan dan mewah saat disandingkan dengan warna aksesoris yang akan di promosikan. Filosofi warna hitam sendiri memberikan kewibawaan, kehormatan, dan juga kemewahan.

**c. Storyboard****Tabel 3. Storyboard**

Scene	Gambar	Durasi	Keterangan
1		00:00 - 00:04	Bumper Animasi logo Audio : voice over
2		00:05- 00:10	Text "SHINY" Diatas video shoot bayangan gelang
3		00:11- 00:15	Shoot bayangan gelang

4		00:16- 00:20	Text "GORGEOUS" Diatas video shoot bayangan kalung
5		00:21- 00:25	Shoot bayangan kalung
6		00:26- 00:30	Text "PRETTY" Diatas video shoot bayangan bros
7		00:31- 00:35	Shoot bayangan bros
8		00:36- 00:40	Shoot detail gelang Close up Text "BRACELET" Audio : voice over
9		00:41- 00:50	Shoot detail bros Close up Text "BROOCH" Audio : voice over
10		00:51- 01:00	Shoot detail kalung Close up Text "NECKLACE" Audio : voice over

11		01:01-01:10	Shoot gelang Animasi panah dan teks Audio : voice over
12		01:11-01:20	Shoot bros Animasi panah dan teks
13		01:21-01:30	Shoot kalung Animasi panah dan teks
14		01:31-01:38	Text warna putih Latar hitam Audio : voice over
15		01:39-01:50	Ending Text warna putih Latar hitam

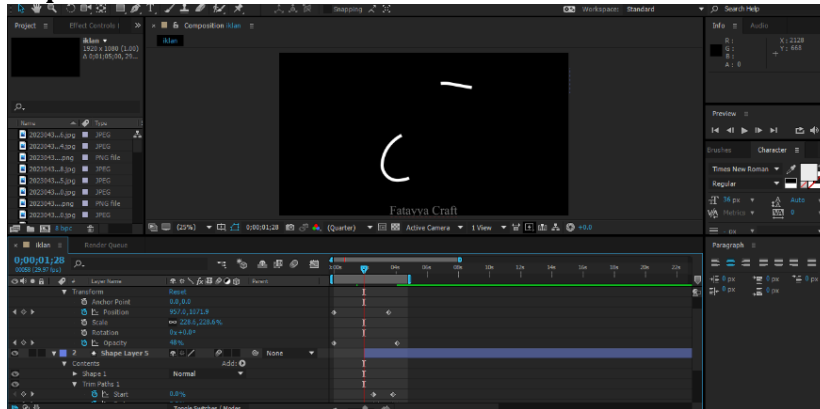
### 3.2. Implementasi Desain dan Multimedia

#### 3.2.1. Shoot video

Shoot video dilakukan menggunakan smartphone menggunakan latar hitam yang membeikan kesan mewah, dan dapat menonjolkan warna pada produk yang akan di shoot dan juga menggunakan batuan ringlight untuk sumber cahaya. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengambilan gambar yaitu, close up, one shoot dan panning. Setelah shoot selesai lalu video diinsert kedalam software editing, disini menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2015.

### 3.2.2. Animasi

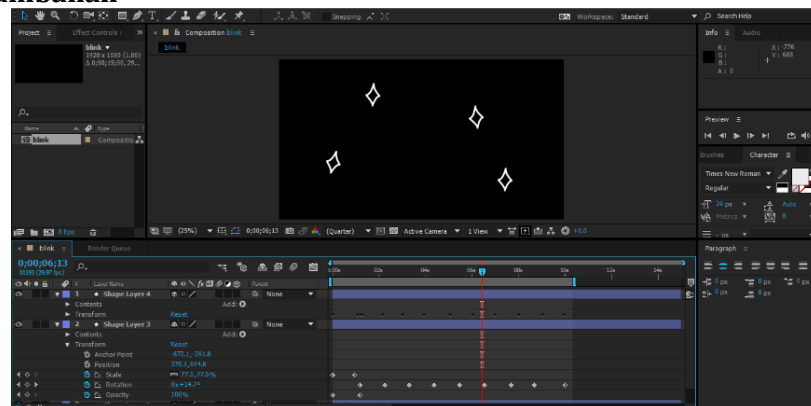
#### a. Animasi bumper



Gambar 10. Membuat animasi bumper

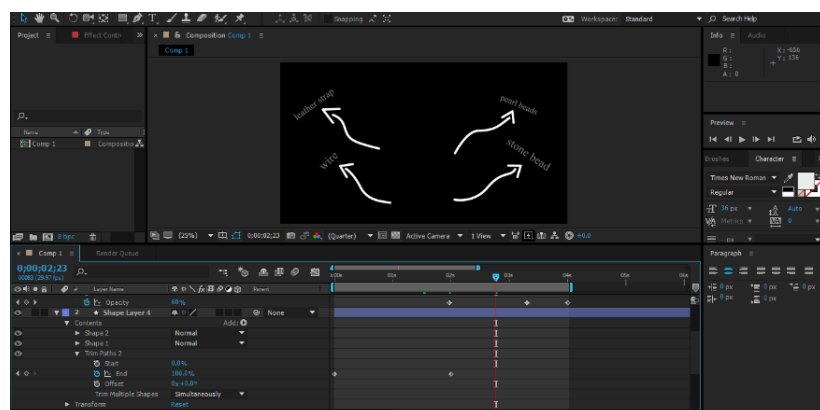
Membuat animasi bumper dengan menggunakan tools pentool dan text yang di animasikan dengan menambah beberapa keyframe dibagian yang akan dianimasikan, untuk bagian logonya menggunakan trim paths dan untuk bagian text menggunakan position dan opacity. Pembuatan animasi menggunakan software Adobe After Effect CC 2015.

#### b. Animasi tambahan



Gambar 11. Membuat animasi tambahan bintang

Membuat animasi bintang bergoyang untuk di tambahkan dengan video shoot saat editing. Bentuk bintang bertujuan memberikan kesan berkilau. Dibuat menggunakan pentool lalu dibentuk menjadi bintang, untuk menggerakkan atau membuat animasinya menggunakan rotasi pada keyframe yang diinginkan.



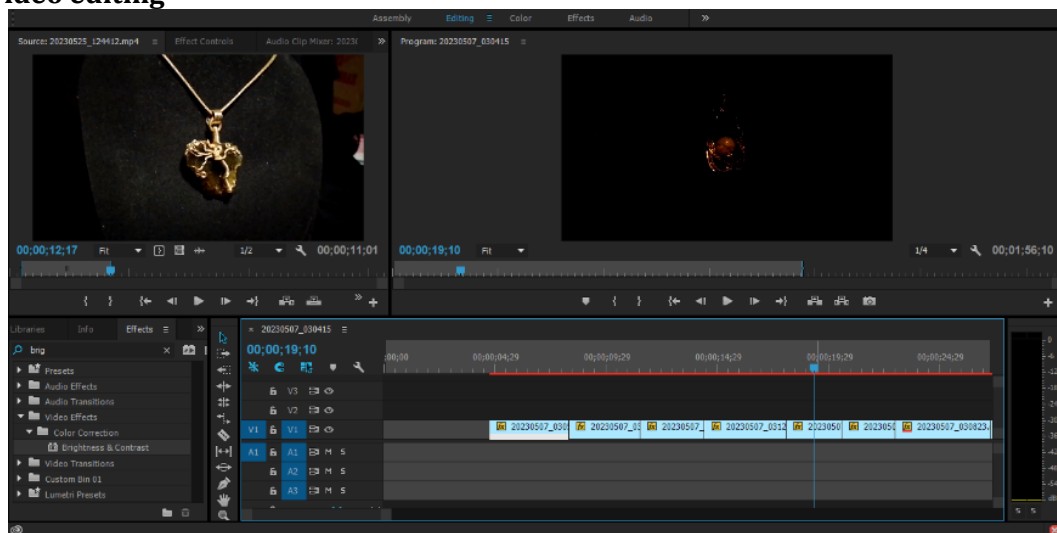
Gambar 121. Membuat animasi tambahan panah

Membuat animasi panah dengan menggunakan pentool dan teks yang ditambahkan keyframe pada titik yang akan di animasikan, dan juga teks dimaksud untuk memberikan informasi tentang bahan yang digunakan untuk membuat aksesoris tersebut. Tanda panah dibuat berkelok agar memberikan kesan yang anggun pada produk. Untuk animasi panah menggunakan trim paths dan juga untuk bagian teks menggunakan opacity.

### c. Rendering

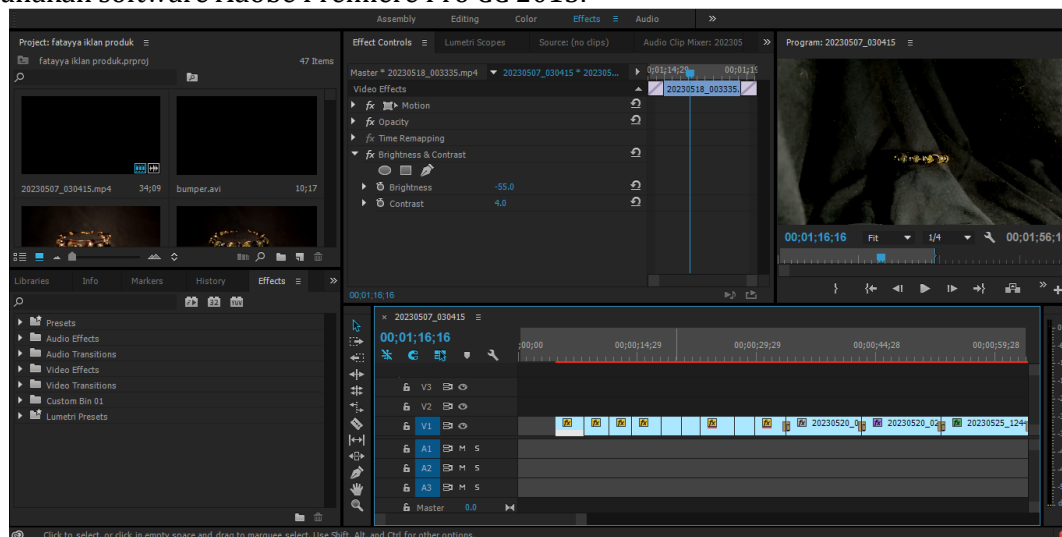
Tahap rendering dilakukan untuk menghasilkan video animasi yang nantinya akan digabungkan dengan video yang akan diedit. Animasi di render dengan latar belakang yang transparan agar latar belakang tidak menimpa video.

### 3.2.3. Video editing



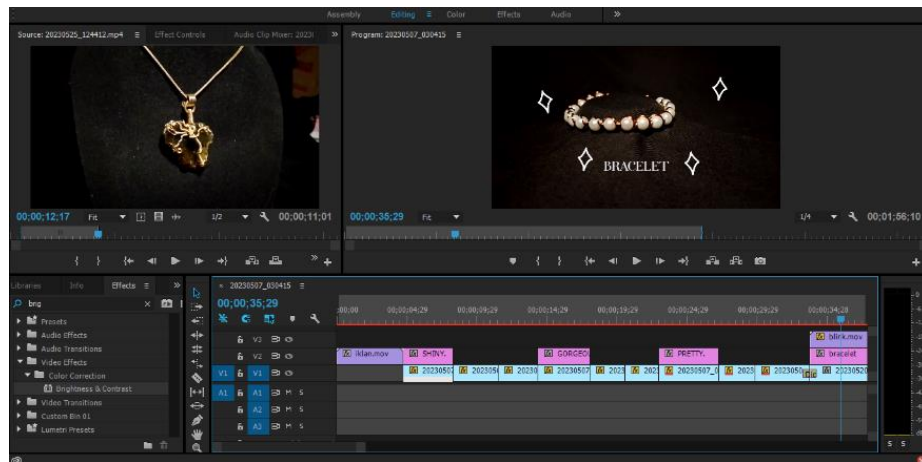
Gambar 13. Tahapan menyusun video

Menggabungkan dan menyusun video yang telah diseleksi dan menjadi satu. Tahapan ini dibuat menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2015.



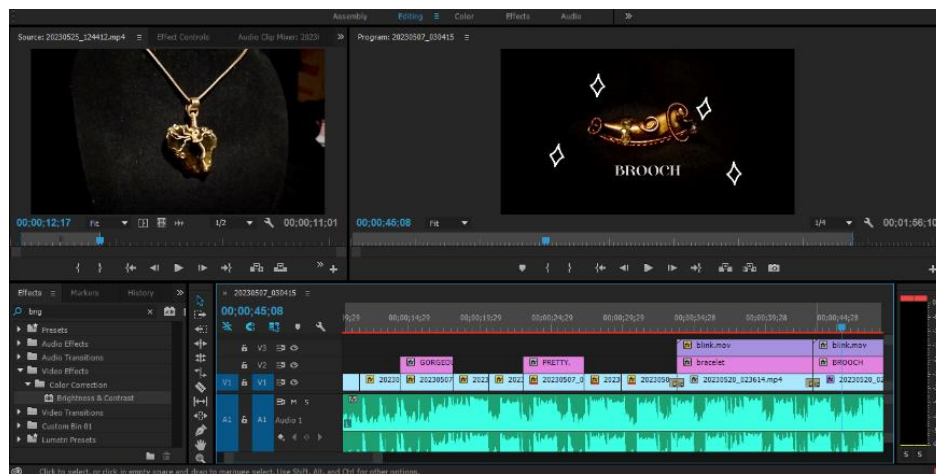
Gambar 14. Menambahkan efek

Setelah disusun beberapa video diberi efek brightness dan contrast agar video lebih enak dipandang, tidak terlalu terang ataupun gelap.



Gambar 15. Menambahkan animasi

Proses dimana video yang sudah disusun dan diberi efek lalu dikombinasikan dengan animasi 2d dan animasi teks yang sudah dirender. Animasi diletakkan di scene yang telah ditentukan pada storyboard.



Gambar 16. Menambahkan background musik

Proses penggabungan audio background musik dan voice over kedalam video yang sudah disusun dan ditambahkan animasi. audio musik yang digunakan berjudul Kenzi Tower by Soyb \*mp3 dan untuk voice over direkam menggunakan smartphone. Dipilihnya musik ini karena sesuai dengan konsep dan tema video.

### 3.2.4. Export

Tahap terakhir yaitu export adalah tahap dimana untuk mengubah file proyek yang sudah dikerjakan menjadi file video, yang nantinya akan di upload ke sosial media.

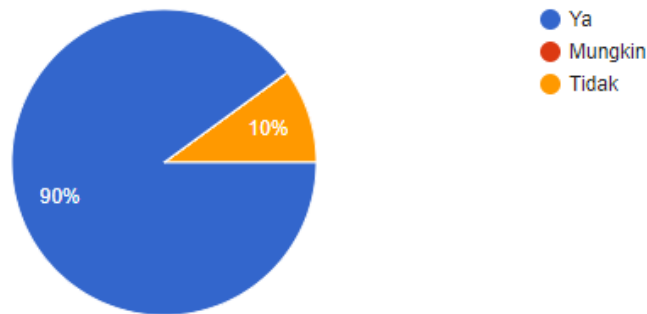
### 3.2.5. Testimoni

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui apakah video ikaln yang sudah dibuat dapat memberikan pesan yang akan disampaikan untuk pembeli. Tahap ini yang akan menentukan untuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap distribusi. Dengan dilakukannya kuesioner kepada 10 responden. Dengan kondisi sebagai berikut:

#### a. Minat Responden

Berikut statistic 10 responden dengan pertanyaan minat yaitu

a) Pertanyaan 1 "Apakah anda suka memakai aksesoris?"



Gambar 17. Diagram pertanyaan 1

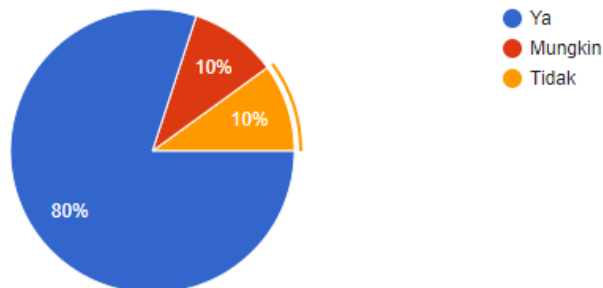
b) Pertanyaan 2 “Aksesoris apa yang anda sukai?”



Gambar 182. Diagram pertanyaan 2

**b. Respon Responden ke Video/Konten**

a) Pertanyaan 3 “Jika Iklan Aksesoris Muncul di beranda Sosial Media anda apakah tertarik untuk melihatnya?”



Gambar 19. Diagram pertanyaan 3

b) Tabel pertanyaan 4 dan 5

Tabel 4. Pertanyaan 4 dan 5

Pertanyaan 4	Dari video tersebut apakah dapat mempromosikan produk dengan baik?	Jawaban	
		Ya	Tidak
	Responden		
	1	Ya	
	2	Ya	
	3	Ya	
	4	Ya	

5	Ya	
6	Ya	
7	Ya	
8	Ya	
9	Ya	
10	Ya	
<b>Pertanyaan 5</b>	<b>Apakah setelah anda melihat video iklan tersebut tertarik untuk membelinya?</b>	
1	Ya	
2	Ya	
3		Tidak
4	Ya	
5	Ya	
6	Ya	
7	Ya	
8	Ya	
9	Ya	
10	Ya	

### 3.2.6. Distribusi

Setelah semua proses selesai dan telah di review selanjutnya akan dilanjutkan proses distribusi dengan meng-upload video iklan ke sosial media.

## 4. KESIMPULAN

### 4.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat di tarik kesimpulan dimana ini merujuk pada rumusan masalah dan tujuan penelitian ini maka, Penulis dapat membuat video iklan dimana video ini di tujukan sebagai upaya promosi, videi iklan ini dipublish secara online dengan menggunakan media sosial, vidio iklan ini memuat isi yang mensupport type konten 'video' dan bukan 'reels' dimana ini merupakan type konten khusus dan akan terlihat di beranda konsumen serta dapat di teruskan kembali dengan fitur media sosial tersebut. Dengan suvei testimoni, video iklan ini telah dapat di gunakan sebagai iklan video berdasarkan data dari 10 responden yang merespon kelayakan video dengan jawaban masing-masing 9 dari 10 adalah "Ya"/"Setuju".

### 4.2. Saran

Semoga pembuatan video iklan fatayya craft kedepannya dapat lebih baik, dari segi konsep, produksi dan juga hasil kualitas video yang akan didistribusikan ke media sosial agar dapat lebih menarik minat pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sudrartono. T., KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL, Kabupaten Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2022.
- [2] A. Oscario, "PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRAND," p. 193, 2013.
- [3] S. Suroianto Rustan, Mendesain Logo, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [4] J. Setyaji, Komputer & Laptop, Jakarta: AgroMedia, 2010, p. 6.
- [5] D. M. E. R. K. Intan Trivena Maria, "Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado," p. 5, 2017.
- [6] Seliwati, Pengenalan Teknologi Komputer: Memahami Perkembangan Hardware dan Software

- 
- pada Komputer, Bandung: Indie Press, 2022.
- [7] A. P. Amir Fatah Sofyan, DIGITAL MULTIMEDIA, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2008.
- [8] J. Enterprise, Kitab Video Editing dan Efek Khusus, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018
- [9] Y. F. S. V. R. Ahmad Kausar, "PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE KOTA SERANG DENGAN TEKNIK EDITINGMENGUNAKAN ADOBE PREMIER PRO CS 5," p. 21, 2015
- [10] K. Y. Yaumil Amne Akbar, "Animasi Infografis Produk Asuransi Bumiputera Manokwari Menggunakan Adobe After Effect CS6," *Jurnal Teknik Informatika Komputer*, p. 7, 2018.
- [11] P. Soenyoto, Animasi 2D, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017
- [12] P. Ramdani, Media Pembelajaran Animasi, Sukabumi: Farhan Pustaka, 2021

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN