

## BAB III

### ANALISIS DAN PERANCANGAN

#### 1.1 Analisis

##### 3.1.1 Identifikasi Masalah (*Empathize*)

Setelah melakukan proses *empathize* untuk melakukan proses penggalian data, tahap *empathize* berikutnya melakukan kegiatan wawancara dan pengambilan data dari internet. Wawancara dilakukan di Pabrik Pembuatan Sari Apel Brosem dengan bapak Ir. Riyanto Adapun pertanyaan wawancara meliputi :

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Latar belakang / sejarah berdirinya Sari Apel Brosem ?	KSU Brosem merupakan sebuah usaha kecil mandiri yang merupakan hasil ide dari perkumpulan PKK yang terdiri sekitar 50 orang ibu-ibu rumah tangga yang berada didaerah sekitar tersebut.
2	Alasan dan tujuan membuat UKM ?	Untuk memberdayakan ibu ibu rumah tangga yang tidak memiliki pegangan pekerjaan serta bisa membuat produk khas kota batu dengan berbagai riset dari semua anggota koperasi.
3	Produksi ini sudah di mulai sejak kapan ?..	Sejak tahun 2004
4	Apa yang membedakan Sari Apel Brosem ini dari pada yang lain?	Tidak menunggunakan bahan pengawet dan tidak menggunakan pemanis buatan dan asli manis dari sari apel nya. Saat dibuka dan di biarkan di dalam lemari es rasa manis pada minuman brosem ini menghilang.
5	Siapa yang terlibat dalam Pembuatan Produksi Sari Apel Brosem ini ?	Bapak Rianto selaku pemimpin dan pengelola dari KSU Brosem ini.
6	Proses pembelian secara online?	Melalui Tokopedia, Shopee, bukalapak, Lazada dan mbizmarket.

Tabel 2.1 Wawancara

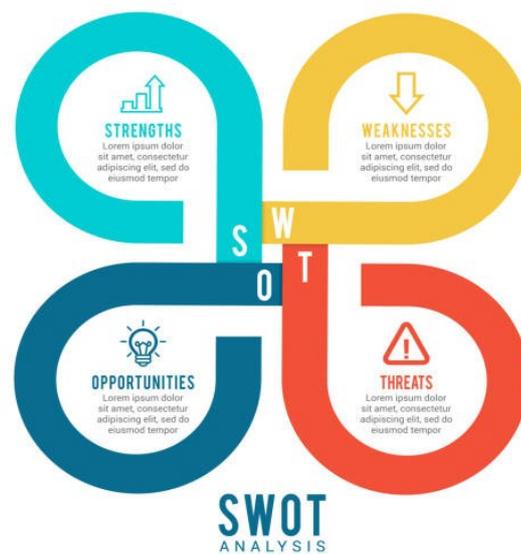
Setelah proses empathize selanjutnya dilakukannya analisis masalah dalam bentuk tahapan define dari hasil wawancara dan pencarian data dari internet dengan Analisa SWOT

### 3.1.2 Define

Pada tahapan Define dalam Design Thinking di jelaskan pada tahapan ini akan sangat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada. Akan di jelaskan oleh penulis jadi data obsevasi mengenai sari apel sebagai berikut, Dulunya perusahaan ini hanya berdiri mandiri yang masih belum ada pemimpinnya hanya di kerjakan oleh ibu ibu pkk yang berdiri pada tahun 2004 yang di mana masih di kerjalan manual semuanya. Brosem adalah singkatan dari Bromo Semeru. Awal berkarir yang menjadi pancatan pertama kali dari koperasi ini adalah jenang yang awal hya menang saat lomba dan di jadikan acuan dalam memproduksi jenang apel tersebut. Tahun 2004 adalah cikal bakal di mulainya produksi jenang apel di Koperasi Serba Usaha ( KSU ) “ Brosem dengan modal awal 3 juta hasil dair pinjaman Badan Keswadayaan Masyarakat ( BKM ) kelurahan dengan jangka waktu 20 bulan lunas. Selama berjalan setahun , Brosem mendapatkan bantuan dana hibah dari ketua tim penggerak PKK kota Batu sebesar 5 juta untuk menambah modal usaha. Di tahun yang Brosem diundang ke jakarta mendapat pesanan dodol sebanyak 10 ribu kota dari istana negara, sepulang dari jakarta Brosem mendapatkan bantuan dana sebesar 125 juta untuk meningkatkan perusahaan dengan membeli perlatan dan mesin untuk mengembangkan perusahaan ini, hingga sekarang masih berjalan dengan konsisten meproduksi produk yang mereka awal buat hingga ada batru yaitu sari apel Brosem ini sendiri.

Sari apel BROSEM merupakan minuman yng mengutamakan cita rasa buah apel khas kota Batu yang segar dan menyehatkan. Adapun bahan baku buah apel yang diolah didapat langsung dari petani apel yang ada di kota Batu yang masih segar, serta memakai gula murni dan tidak mengandung pemanis buatan serta bahan tambahan lain yang berkualitas, sehingga menghasilkan minuman

segar yang tidak serik ditenggorokan dan terasa nikmat bila diminum dalam keadaan dingin. Setelah proses *empathize* selanjutnya melakukan analisis masalah dalam tahap *define* dengan analisis SWOT yaitu *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* untuk melakukan identifikasi masalah di Produk minuman Sari Apel Brosem. Dari hasil wawancara dan pencarian data, dilakukan Analisa dengan model SWOT, yaitu:



Gambar 3. 1 SWOT

a. **Strength (kekuatan)**

KSU Brosem telah berdiri sejak 2004 yang di Kelola oleh ibu ibu PKK. KSU merupakan salah satu koperasi mandiri yang bergerak di bidang industri minuman terutama minuman ringan dan mengolah sari buah yang segar yang berasal dari pohonnya langsung dan di olah secara higienis dengan adanya kemajuan teknologi yang canggih koperasi ini memproduksi minuman segar yaitu sari buah apel segar yaitu Brosem minuman ringan. BROSEM, tidak menyebabkan serik atau sakit batuk

setelah diminum karena menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan dalam prosesnya menggunakan buah apel segar bukan hanya perasa. BROSEM, tidak mengandung banyak pengawet karena hanya kurang lebih 7 bulan masa kadaluwarsanya. - BROSEM, memiliki harga yang sedikit di atas namun dengan kualitas dan rasa yang terjamin dan dalam segi kekuatan penjualan dari Produk Brosem ini sendiri sangat tinggi dan sering kali habis dalam toko-toko local yang ada di kota batu ini.

**b. *Weakness* (kelemahan)**

Dengan adanya produk yang berkualitas dan bermutu Brosem sendiri tidak memiliki media informasi yang baik yang mana sebatas pamflet yang belum menggambarkan tentang kualitas dari Sari Apel Brosem ini yang di produksi, kelemahan dalam produk Brosem ini yaitu dengan pesaingnya yang menang dalam branding serta promosinya hingga orang lebih mengerti akan produk pesaingnya yaitu SIPPLAH yang sama juga produk minuman sari buah apel.

**c. *Opportunities* (peluang)**

Dalam hal ini terutama dalam peluang dari industri pembuatan produk minuman sari buah apel Buah apel segar yang di olah langsung oleh mesin canguh dengan secara higienis industri ini dapat memiliki peluang yang dimana bekerja dengan toko-toko kecil dan outlet terdekat yang menjual produk buah-buahan dan bisa menjadi banyak penjualan dari peluang ini dan Produksi umkmn ini juga memproduksi berbagai jenis makanan ringan seperti halnya keripik apel, dan dodol apel.

**d. *Threats* (ancaman)**

Karena terletak di kota Batu Brosem sendiri cukup kesulitan karena memiliki banyak pesain dengan minuman yang serupa.

### **3.1.2 Pemecahan Masalah (*Ideate*)**

Berdasarkan identifikasi masalah dan Analisa yang telah dilakukan, maka pada penelitian ini merancang video promosi Sari Apel Brosem kota Batu sebagai media informasi yang dikemas dengan menarik, memberikan video informasi yang menunjukkan dibuat secara higienis dan kesegaran yang ada Sari Apel Brosem dengan visual yang menarik Berdasarkan identifikasi masalah dan Analisa yang telah dilakukan, maka pada penelitian ini saya merancang video promosi mengenai produk minuman rinagn, minuman Sari buah Apel yaitu Brosem sebagai media informasi yang dikemas dengan menarik, memberikan video informasi yang menunjukkan produk ini dibuat secara higienis dan kesegaran yang ada pada produk Sari Apel Brosem ini.

## **1.2 Perancangan (*Prototype*)**

### **1.2.1 Konsep Perancangan**

Perancangan ini dilakukan pendekatan untuk mewujudkan solusi yang ditawarkan seperti halnya dalam proyek yang dibuat ini yaitu promosi produk minuman brosem dan dalam perancangan ini berbeda dengan dari penelitian terdahulu terkait dengan gaya desain / editing yang penulis miliki konsep yang saya buat ini adalah hal baru buat penulis yang dimana mengkombinasikan beberapa kekurangan dari penelitian terdahulu.

### **1.2.2 Proses Perancangan**

Proses perancangan video promosi dilakukan dengan tiga tahapan dalam proses pembuatannya yaitu ada tahapan pra produksi untuk mengawali pembuatan proyek yang akan dibuat, tahapan produksi yang dimana tahapan yang menjelaskan proses pembuatan dari awal hingga akhir dari pembuatan video yang saya buat, dan tahapan yang terkakhir dalam perancangan video promosi ini yaitu pasca produksi. Untuk Proses Perancangan di mulai dari tahapan persiapan

pembuatan video hingga hasil jadi video tersebut. Korelasi antara proses perancangan (design process) dan Design Thinking adalah erat dan saling terkait. Proses perancangan adalah tahapan yang terlibat dalam mengembangkan produk atau layanan, dan Design Thinking adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam proses perancangan tersebut. Berikut adalah korelasi antara keduanya yaitu dari segi aspek adanya Proses yang terstruktur yang dimana design thinking menyediakan kerangka kerja yang terstruktur untuk memandu pemecahan masalah, di karenakan ada tahap-tahapan yang jelas seperti Empati, Definisi, Ideasi, Prototyping, dan pengujian. Proses perancangan juga memiliki langkah langkah yang terstruktur, seperti penelitian, analisis, perancangan konsep, pengembangan prototipe, dan evaluasi.

### **3.2.2.1 Pra Produksi**

Tahapan pertama dari pembuatan project ini yaitu tahapan Pra produksi yang merupakan perancangan awal dari perancangan video promosi minuman sari buah kota Batu yang mengacu pada 2 proses perancangan yaitu ide dan storyboard

#### **a. Proses Perancangan**

##### **1. Penentuan Konsep**

Dimana di tahapan penentuan konsep ini yaitu mencari dan menemukan konsep untuk pembuatan video yang akan di buat dan hal ini adalah tahapan pertama sebelum dilakukannya proses selanjutnya. Konsep sendiri yang akan digunakan adalah melakukan observasi pada koperasi / toko tersebut untuk melakukan wawancara mengenai produk Brosem ini sendiri. Konsep dari Pembuatan video ini berupa video Informatif dan persuasif yang menunjukan produk minuman Brosem Ke khalayak umum dan di luar daerah kota batu itu sendiri . konsep dalam pembuatan video promosi pada produk yang saya angkat ini berdasarkan pada storyboard dan konsep video yang saya akan buat.

## 2. Pembuatan Storyline dan Storyboard

Pada tahap ini untuk pembuatan project harus dilakukannya langkah berikutnya yaitu menjabarkan/menjelaskan secara rinci kedalam tabel gambar susunan dikarenakan akan memudahkan saat melakukan proses *shooting* atau pengambilan gambar dilapangan. Dengan diawali pengambilan video dari produk itu sendiri di karena dalam data yang sudah saya kumpulan kan untuk melakukan take video pada produk ini adalah hal dapat saya jumpai di toko terdekat kemudian di lanjutkan dengan take video alun alun kota batu dan ukm brosem itu sendiri selanjutnya yang paling jauh adalah kebun petik apel nya. Setelah di lakukan pengambilan video. Tahapan berikutnya adalah konsep perancangan video promosi produk minuman sari apel brosem kota Batu , sebagai berikut :

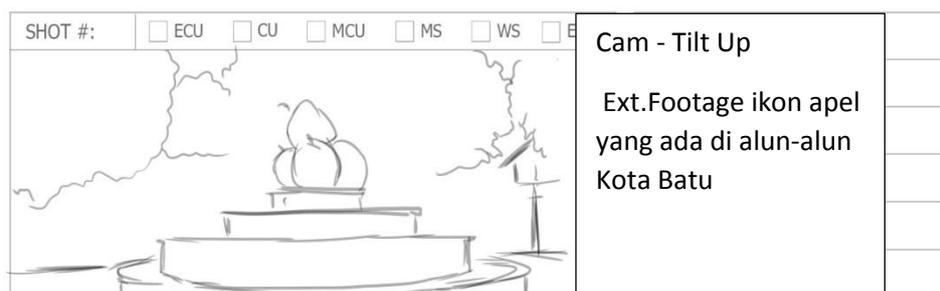
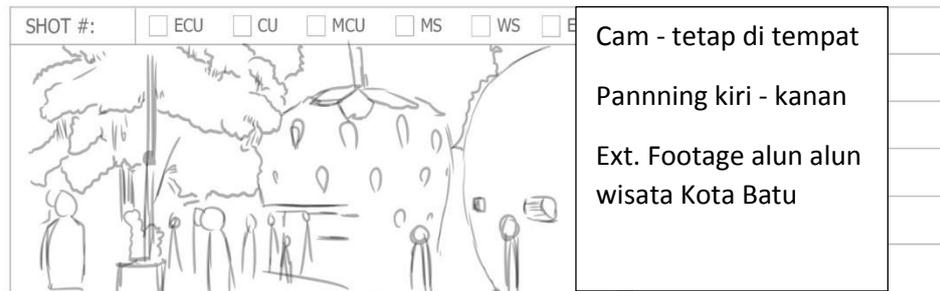
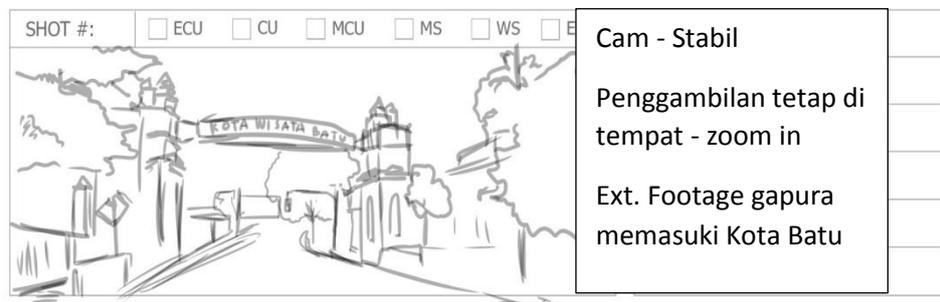
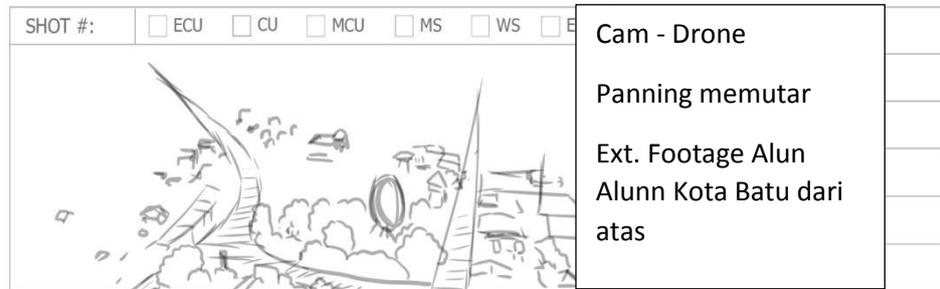
### a. Storyline

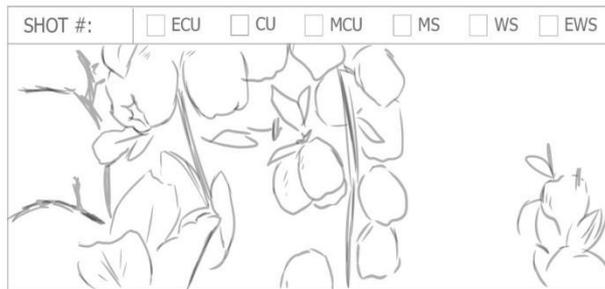
Diawali dengan menunjukan patung apel sebagai ikonik logo kota batu yang terletak di alun alun kota batu selanjutnya memperlihatkan kota wisata batu ini sebagai tempat wisata dan menunjukan wisata kebun petik apel di kota Batu itu sendiri. Berikutnya dengan mengikuti storyboard dilanjutkan dengan take video di dalam KSU untuk mendapatakn footage video untuk menunjukan proses pembuatan produk minuman sari apel Brosem itu sendiri dilanjutkan menunjukan adegan orang yang mempromosikan prosuk minuman sari apel brosem itu sendiri. Dan yang terakhir take atau menggambil gambar / video dari produk minuma sari apel Brosem itu sendiri.

### b. Storyboard

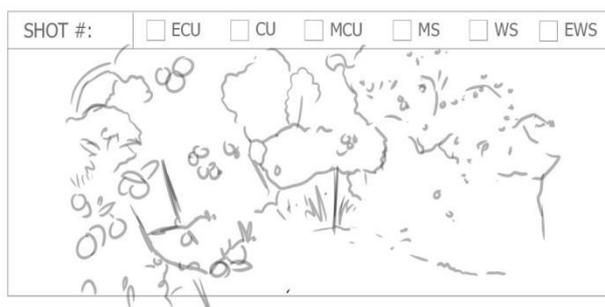
Storyboard adalah semua susunan cerita yang sudah di rencanakan untuk melakukan pengambilan gambar/ video

PROJECT V. promosi Brosem SCENE J PAGE 1

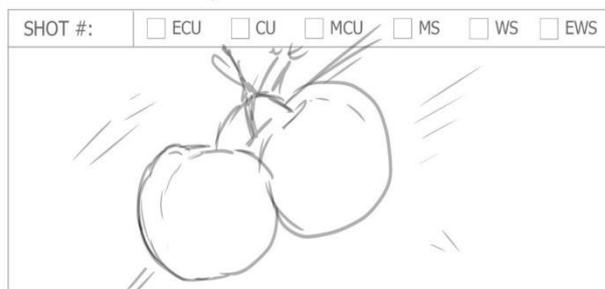


PROJECT V.Promosi Boreem SCENE II PAGE 2Cam - *Tilt Up*

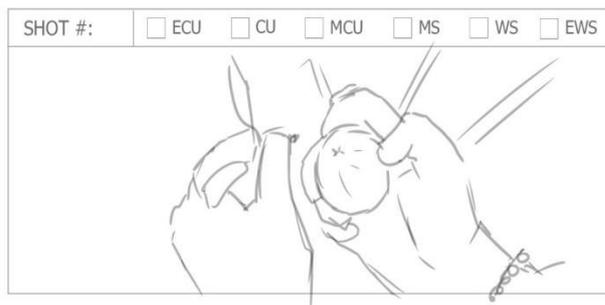
Ext. Apel yang masih di pohon nya. ( kebun apel )

Cam - *Panning* kir - kanan

Ext. Apel yang masih di pohon nya. ( kebun apel )

Cam - *Panning, close up* kanan - kiri

Ext. Apel yang masih di pohon nya. ( kebun apel )

Cam - *close up*

Ext. Petik buah apel langsung dari pohonnya ( kebun apel )

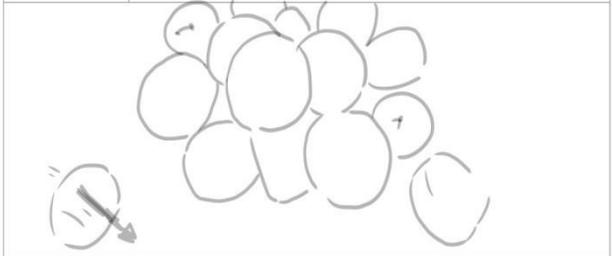
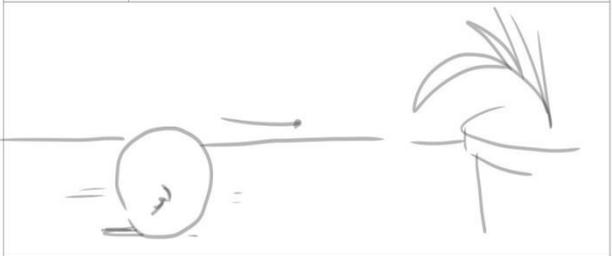
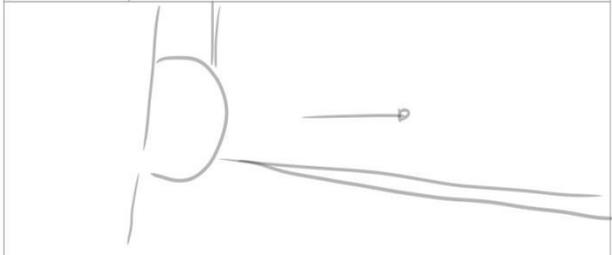
PROJECT V. Promosi Brosem SCENE III PAGE 3

<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Pembuatan Brosem menggunakan mesin ( Tempat Produksi Brosem )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Kegiatan ibu-ibu umkm mengerjakan produk minuman Brosem ( Tempat Produksi Brosem )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Kegiatan ibu-ibu umkm mengerjakan produk minuman Brosem ( Tempat Produksi Brosem )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Kegiatan ibu-ibu umkm mengerjakan produk minuman Brosem ( Tempat Produksi Brosem )</p>

PROJECT V. Promosi Brosem SCENE III PAGE 34

<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Apel menggelinding - pembukaan produk minuman ( Studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - follow object</p> <p>Int. Apel menggelinding kearah belakang pot / vas. ( Studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Panning ke arah kanan</p> <p>Apel menggelinding kearah belakang pot / vas sebagai transisi ( Int. Studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Zoom out</p> <p>Menampilkan produk minuman Brosem. ( Int. Studio )</p>

PROJECT V. Promosi Brosem SCENE IV PAGE 5

<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - <i>close up</i> + zoom out</p> <p>Int. Produk minuman dan apel ( studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Panning ke kanan</p> <p>Int. Produk minuman dan apel ( studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>slowmotion</p> <p>Int. Apel yang sudah di potong di masukan ke aquarium ( studio )</p>
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Stay</p> <p>Int. Pembuatan Brosem menggunakan mesin ( Tempat Produksi Brosem )</p>

PROJECT V. Promosi Brosem SCENE IV PAGE 6

<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Zoom out Menuangkan Brosem ke dalam gelas. ( Int. Studio )</p>						
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<p>Cam - Zoom out Menampilkan Produk minuman Brosem beserta buah apel nya. ( Int. Studio )</p>						
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<table border="1"><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr></table>						
<p>SHOT #: <input type="checkbox"/> ECU <input type="checkbox"/> CU <input type="checkbox"/> MCU <input type="checkbox"/> MS <input type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/> EWS</p> 	<table border="1"><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr><tr><td> </td></tr></table>						

Gambar 3. 2 Story Board

### c. Narasi

Narasi adalah teks yang menceritakan sebuah peristiwa secara berurutan dan bisa berupa fiksi (imajinasi) atau nonfiksi. (Widjono, 2007). Narasi yang ada dalam video :

1. Kota Batu sebuah kota yang terletak di provinsi Jawa Timur. Kota Batu terkenal dengan tempat wisatanya dan biasa di juluki kota Swiss kecil di Jawa Timur.
2. Kota Batu juga dikenal sebagai kawasan agropolitan di bidang pertanian, Kota Batu merupakan salah satu daerah penghasil apel terbesar di Indonesia yang membuatnya di juluki sebagai kota apel.
3. Brosem merupakan minuman sari apel yang berasal dari buah apel yang segar dan ditanam di daerah dataran tinggi,.... dan di proses secara higienis dengan menggunakan mesin produksi. Produksi brosem sendiri dikelola Koperasi serba usaha.
4. Produk minuman yang berasal dari Kota Batu ini sudah memproduksi minum brosem mencapai 500 sampai 1000 pieces per hari, untuk produk minuman sari apel brosem pemasarannya sudah mencakup seluruh wilayah Indonesia.
5. *Vo :*
  - Haus
  - Luar biasa segar sekali
  - Brosem itu memang mantap
  - Sari Buah Apel memang menyegarkan

*Tag line* yang saya gunakan dalam video promosi : SEGARKAN DIRIMU DENGAN SARI APEL BROSEM, KESEGEGERAN ALAMI BUAH APELNYA KAYA VITAMIN A HINGGA VITAMIN C. BROSEM MINUMAN ASLI BUAH APEL.

### 3.2.2.2 Produksi

Setelah melakukan tahap pra produksi selanjutnya melakukan tahap produksi. Tahapan Produksi ini dimulai pengambilang video produk dan pengambilan footage video tentang adegan orang mempromosikan produk tersebut, beberapa footage video yang ada di alun-alun kota Batu dilanjutkan di tempat koperasi serba usaha yang memproduksi produksi minuman sari apel dan pengambilan footage video dari kebun petik apel nya. Untuk Pengambilan *footage* saya menggunakan *SmartPhone* Android dan Kamera Canon D5300 serta tambahan alat untuk menujung pengerjaan yaitu *Tripod* dan Beberapa *Lighting*.



Gambar 3. 3 Produksi

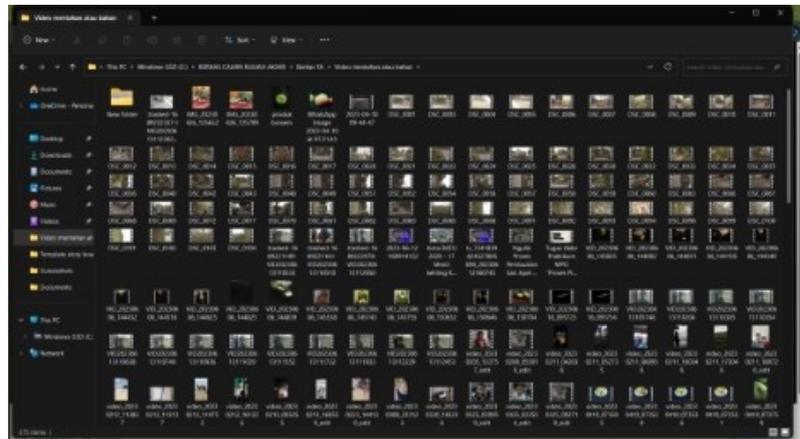
Pengambilan footage pertama adalah produk minuman brosem itu sendiri dengan menggunakan smartphone vivo Y35 dengan resolusi di awal yang saya terapkan yaitu 1080 x 720 dengan 30 fps.

Pengambilan footage kedua adalah masih menggunakan kamera smartphone vivo Y35 untuk mengambil take shoot adengan talent yang berperan sebagai mempromosikan produk tersebut.

Pengambilan terakhir yang berada di luar area pengambilan 1 dan 2 yang dimana di awali mengambil footage area alun alun menggunakan drone dan kamera Nikon D5300 yang berguna untuk mengambil patung apel ikonik kota batu dan mengambil wilayah alun alun kota batu, mengambil take video di area koperasi serba usaha tempat produk brosem di produksi untu mendapatkan proses

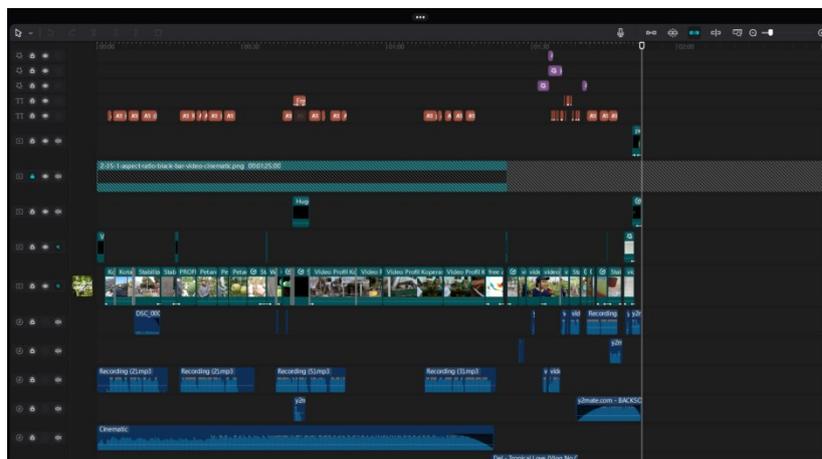
pembuatan brosem itu sendiri, dan terakhir pengambilan footage di area petik apel itu sendiri untuk menambah kesan natural dari video yang di kerjakan.

### 3.2.2.3 Pasca Produksi



Gambar 3. 4 pengumpulan data

Setelah melakukan kegiatan produksi berikut nya dilakukannya tahap pasca produksi yang dimana di tahap ini adalah tahap editing.



Gambar 3. 5 editing

semua file disusun di kumpulan dalam satu folder serta di lakukannya pemilahan untuk footage yang akan di lakukannya pengeditan dilakukan pemilahan dan pengumpulan semua footage dalam satu folder yaitu berguna untuk mempermudah melakukannya editing, selain itu juga video yang diediting akan di tambahkan color grading,background, sound effect, voice over, subtitle,

dan beberapa animasi text. Dalam dilakukannya editing software yang digunakan yaitu adalah Capcut versi Windows.

Setelah dilakukan pemilahan dan pengumpulan data, selanjutnya dilakukannya penyusunan footage di timeline capcut sesuai dengan urutan scene yang ada di storyboard yang sudah di buat sebelumnya, cuuting setiap video yang akan di masukan ke timeline, menambahkan subtitle,voice over, backsound serta sound effect yang di perlukan.



Gambar 3. 6 musik

#### a. Backsound

- Cinematic - Crazy Boy (No Copyright) hanya ada di Capcut
- Backsound Musik buat Promosi by Infracioin ( No Copyright) (<https://youtu.be/g-HFzJjYgSg>)

#### b. Sound Effect

Berikut list atau data *sound effect* yang digunakan :

- Effect hembusan angin (<https://youtu.be/Ox-J8brS2x0>)
- Suara cipratan air (<https://youtu.be/a4QvNLfg5BY>)
- Suara tegukan air saat di minum (<https://youtu.be/a4QvNLfg5BY>)
- Suara menuangkan air ke gelas (<https://youtu.be/a4QvNLfg5BY>)

Seteah selesai selanjutnya menuju ketahap Color Grading, untuk membuat kesan video yang diinginkan dan berguna untuk memperbagus video. Dalam video yang di kerjakan ini menggunakan konspe video cinematic . Setelah konsep cinematic selesai ,pemberian sound effect dan backsound serta color grading selanjutnya pemberian subtitle.

c. Subtitle



Gambar 3. 7 pemberian subtitle

Untuk font atau typografi yang saya gunakan untuk membuat subtitle di video yang saya sudah kerjakan yaitu menggunakan *Font Arial* yang berguna untuk menjelaskan apa yang VO bicarakan.

d. Font



Gambar 3. 8 Font Arial

Untuk font yang saya gunakan adalah font arial, karena font ini merupakan jenis *font* default Googlr Docs yang cocok dan keren yang paling banyak digunakan untuk berbagai tulisan seperti halnya media *online* dan media cetak. Penggunaan font dalam pembuatan video atau perancangan video menggunakan *font Arial* yang saya gunakan untuk pemberian subtitle pada video promosi produk minuman yang saya kerjakan ini. Penggunaan *font* ini saya gunakan untuk membuat subtitle karena teks ini memiliki gaya yang simple dan jelas.



*Gambar 3. 9 scene 1*

Di awal video di tunjukan gapura awal masuk kota batu, video ini sebagai awalan untuk diarahkan masuk ke kota batu yang dimana nanti menunjukan tempat wisata dan prosuk minuman yang di bahas. Canon D5300. dengan resolusi 1080 FHD 30 fps.



*Gambar 3. 10 scene 2*

Setelah dari gapura masuk kedalam pertama kali yang dituju adalah alun-alun yang ada di kota Batu untuk menunjukan patung apel sebagai ikonik kota ini. Di lanjutkan ke scene ini yang menunjukan kota batu sebagai kota pertanian / agropolitan yang dimana lebih membahas pertanian di kota apel. Canon D5300. dengan resolusi 1080 FHD 30 fps.



*Gambar 3. 11 scene 3*

Tetap di scene yang sama yang menjelaskan pertanian disini di tampilkan adegan memetik buah apel dari pohon nya langsung yang di gambarkan bahwa produk yang di olah fresh langsung dari buah apel yang masak di pohon. Pada take ini diambil dengan menggunakan Kamera Canon D5300. dengan resolusi 1080 FHD 30 fps.



*Gambar 3. 12 scene 4*

Pindah di scene yang menunjukan produk minuman brosem ini di tampilkan bersama dengan buah apel yang segar yang baru di petik langsung dari pohon nya dan berguna untuk awalan tentang proses produksi minuman brosem ini. Di ambil dengan menggunakan Smartphone Vivo Y35 dengan resolusi 1080 FHD 30 fps.



*Gambar 3. 13 scene 5*

Selanjutnya masuk ke scene yang berbeda yang dimana di ambil menggunakan device smartphone Vivo Y35 dengan pengaturan untuk mendapatkan footage yang diinginkan seperti ini. Pada footage ini menampilkan efek segar pada produk yang diolah yang dimana langsung di proses produksinya.



*Gambar 3. 14 scene 6*

Di scene ini di tampilkan mengenai proses pengemasan produk yang di proses dengan menggunakan mesin secara higienis dan dilanjutkan ke proses pengemasan produk yang di lakukan secara manual oleh ibu ibu pkk yang bekerja di koperas serba usaha ini.



Gambar 3. 15 scene 7

2 scene sebelum berakhir dalam video ini. di scene yang pertama ditampilkan talent yang memperagakan kesannya capek sehabis olah raga dan mempromosikan produk itu dengan cara di minum dengan mengucapkan kata : “ Segar “ , “ Brosem memang menyegarkan “ dan di tutup dengan jatuhnya produk Bersama percikan air. Dan tahapan terkahir dari pengeditan dan keseluruhan dari pasca produksi adalah di lakukannya pengeksport anvideo dalam format video mp4.

### 1.3 Rancangan Pengujian

Rancangan pengujian ini akan membuat penilaian *feedback* dari *audience*, terkait dari video promosi ini, dalam pengujian ini akan menggunakan kusioner melalui media *google form* yang akan disebarakan kepada *audience* lewat sosial media, yang dimana terdapat aspek penilaian seperti informasi yang disampaikan, visual video dan pemahaman akan informasi yang di tampilkan.

