

# PERANCANGAN KONSEP VIDEO PROMOSI PRODUK GULA JAWA JAHE UNTUK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**Kevin Marcel, Hen Dian Yudani, S.T., M.Ds., Mendy H. Malkisedek, S.Sn., M.Ds.**

1. Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,

Jl. Gianyar C4/22, RT02 RW07, Surabaya.

Email: e12170106@john.petra.ac.id

## Abstrak

Promosi yang dilakukan pada media sosial Instagram yang berupa video promosi iklan, dapat dinikmati dengan durasi panjang dan pendek. Perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan dan menarik perhatian masyarakat mengenai produk Gula Jawa Jahe yang dijual oleh Orion.bizz sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk tersebut. Video promosi yang dibuat ini memiliki tujuan yaitu menargetkan rasa emosional yang akan dirasakan oleh orang yang melihat hasil perancangan video, sehingga menimbulkan rasa tersentuh dan juga penasaran terhadap produk yang telah dipromosikan didalam video. Mengangkat karakter dari produk Gula Jawa Jahe yaitu hangat dan manis, yang pada akhirnya kedua elemen tersebut dijadikan sebuah tagline #Hangatkan Suasana. Hangat dan manis ditunjukkan pada konsep jalan cerita yang dramatis. Metode yang digunakan untuk proses pembuatan video promosi menggunakan 3 tahap yaitu pra-produksi yang meliputi pencarian ide, perencanaan produksi, persiapan produksi. Produksi pasca-produksi yang meliputi pengeditan video, pengoreksian warna, gradasi warna, dan pemberian suara. Dikemas dalam bentuk video yang merupakan gabungan dari kedua elemen yaitu audio dan visual, maka dihasilkanlah satu karya audio visual dalam format MP4, DVD, MPEG, MOV. Karya ini diharapkan menjadi suatu karya yang dapat menarik perhatian masyarakat terhadap produk Gula Jawa Jahe, yang secara tidak langsung mempromosikan toko online Orion.bizz sebagai *re-seller* produk Gula Jawa Jahe.

**Kata kunci:** Video promosi, Instagram, produk Gula Jawa Jahe, Orion.bizz

## Abstract

**Title:** *Concept Design of Gula Jawa Jahe Promotion Video for Instagram Social Media*

Promotional contents in form of videos on Instagram are available for people to enjoy in long and short durations. Purpose of this study is introducing Gula Jawa Jahe product sold by Orion.bizz and attracting public attention to it, which hopefully would increase the sales in return. The promotional video was made to evoke emotional responses of spectators, who are expected to have a sense of touched and curiosity on the promoted product. The video accentuation was on the Gula Jawa Jahe product character that is warm and sweet. In the end both character were concluded in a tagline #Warm Up Atmosphere. Warm and sweet was shown through a dramatic storyline. The process of video promotional making was concluded in 3 stages namely pre-production stage that included idea search, production planning, and production preparation; followed by production stage. While the post-production stage were video editing, color correction, color grading, and sounding. The result is an audio-visual work presented in MP4, DVD, MPEG, MOV formats. This work is expected to be able to attract people's attention to the Gula Jawa Jahe product, which may also implicitly promotes Orion.bizz online store as the reseller of Gula Jawa Jahe products.

**Keywords:** Promotional video, Instagram, Gula Jawa Jahe products

## Pendahuluan

Banyak sekali fenomena-fenomena bisnis yang terjadi di masa pandemi ini, tak sedikit UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) yang berbondong-bondong melakukan promosi secara online. Media yang sering kali digunakan oleh rata-rata UMKM yang berada di Indonesia, menggunakan media sosial Instagram. Media sosial Instagram menjadi pilihan banyak sekali UMKM karena kelebihan-kelebihan aplikasi ini sangat menguntungkan bagi para masyarakat yang ingin memulai bisnis. Aplikasi Instagram merupakan platform media sosial dimana pengguna dapat membagikan foto atau video ke sesama pengguna melalui *instastory*, *feeds*, ataupun *direct message*. Fitur yang biasa disebut *feeds*, difitur ini pengguna aplikasi dapat membagikan/memposting foto ataupun video kepada publik, sehingga pengguna lain dapat melihat postingan tersebut. Media ini merupakan media sosial yang sangat bagus untuk melakukan aksi promosi, karena *target audience* yang dicapai memiliki *range* yang cukup banyak tanpa menggunakan biaya sedikitpun. Tentu saja fitur *feeds* ini juga memiliki kelemahan, karena hanya orang yang mengikuti akun pemosting atau mengecek akun pemosting yang dapat melihat foto atau video yang dibagikan. Aplikasi instagram telah memikirkan masalah ini dan telah menemukan solusinya dengan menyediakan fitur *Instagram ads* atau iklan Instagram. Fitur ini menjawab masalah dari fitur *feeds*, tanpa akun yang saling mengikuti, pengguna lain dapat melihat postingan Instagram dari pemilik akun promosi. Fitur ini memberikan begitu banyak peluang agar produk yang ingin dipromosikan lebih dikenali oleh banyak masyarakat. Fitur yang menjawab kelemahan dari fitur sebelumnya tentu saja tidak gratis dan merupakan fitur berbayar. Harga termurah untuk menggunakan fitur ini dimulai dari Rp 25.000 selama satu hari, namun jika pengguna ingin menjangkau lebih banyak masyarakat, harga yang dipasang akan naik sesuai dengan permintaan pengguna.

Tujuan Orion.bizz dibuat sebetulnya untuk memasarkan produk-produk yang dirasa sangat bermanfaat namun masih kurang dikenali oleh masyarakat. Namun, tujuan ini juga masih belum berhasil karena Orion.bizz sendiri juga belum dikenali oleh banyak masyarakat. Hal ini disebabkan karena kurangnya aksi promosi yang dilakukan oleh Orion.bizz.

Produk gula jawa jahe merupakan produk yang paling laku terjual di toko online Orion.bizz karena beberapa faktor diantaranya yaitu, harganya yang murah dan mudah untuk dikonsumsi bagi setiap orang. Orion.bizz berperan sebagai *re-seller* produk

gula jawa jahe dan sebagai media promosi dari produk tersebut, karena dari pihak Gula Jawa Jahe hanya melakukan penjualan melalui aplikasi Whatsapp saja.

Menurut data yang sudah dikumpulkan, Orion.bizz masih kurang dalam melakukan promosi karena hasil produk yang berhasil terjual masih dapat dihitung dengan jari atau dalam kata lain masih sangat sedikit. Dari wawancara yang sudah dilakukan, hal promosi yang dilakukan oleh Orion.bizz dalam penjualan produk Gula Jawa Jahe hanya metode *mouth-to-mouth* atau mulut ke mulut, promosi ini memang memiliki keuntungan yaitu tidak mengeluarkan biaya sama sekali, namun memiliki sedikit kekurangan yaitu kurang dapat mengundang lebih banyak *audience*. Berdasarkan data-data yang sudah dikumpulkan, Orion.bizz membutuhkan aksi promosi yang lebih agar masyarakat umum dapat mengenali produk-produk yang telah dipasarkan. Pada dasarnya, promosi merupakan hal yang sangat penting dalam dunia perdagangan. Tujuan promosi sendiri yaitu untuk menyebarkan informasi produk kepada target pasar yang berpotensi untuk membeli produk tersebut.

## Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan ialah metode kualitatif eksperimental dimana perancang mengumpulkan data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*treatment/perlakuan*) terhadap variabel dependen (hasil) dalam kondisi yang terkendalikan. Kondisi dikendalikan agar tidak ada variabel lain (selain variabel *treatment*) yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam arti lain, di metode ini, perancang akan mengumpulkan data untuk mengetahui sebab akibat yang mempengaruhi hasil pada barang/jasa yang diteliti.

## Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan yaitu hanya data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh perancang dari subjek atau objek penelitian.

### A. Data Primer

- Wawancara  
Wawancara dilakukan dengan cara bertanya dari satu pihak ke pihak lainnya. Wawancara dilakukan oleh perancang kepada pemilik dari Orion.bizz sendiri.
- Studi Pustaka  
Studi pustaka adalah metode untuk mencari data dari berbagai media yang ada serta hasil

penelitian yang kemudian akan digunakan dalam menyelesaikan tugas akhir.

- Internet  
Mengumpulkan informasi terkait dengan permasalahan yang dialami oleh Orion.bizz melalui sosial media.

## Tinjauan Teori

### Pengertian Video

Menurut Arief S. Sadiman, video merupakan sebuah media gabungan antara audio dan visual yang menampilkan perpaduan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita yang hanya dikarang), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional.

### Iklan / Video Promosi

Iklan dibuat untuk menyebarkan suatu informasi secara singkat kepada masyarakat secara umum, sedangkan video promosi, memiliki pemahaman yang sama dengan iklan namun cenderung memiliki durasi yang lebih lama dari iklan dikarenakan video promosi memberikan informasi yang lebih detail mengenai objek yang ingin dipromosikan.

### Target Audience

- Geografis: masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan dan daerah daratan tinggi.
- Demografis: pria maupun wanita, berusia 20-40 tahun. Dengan strata ekonomi menengah sampai menengah ke atas, berkeluarga maupun tidak berkeluarga.
- Psikografis: masyarakat yang menyukai hal baru, sering menggunakan *smartphone*
- Behaviouristis: masyarakat yang menyukai produk kesehatan yang bisa dinikmati.

### Strategi Kreatif

Tujuan perancangan video ini yaitu rasional. Pada aspek rasional, perancangan video ini menargetkan rasa emosional yang akan dirasakan oleh orang yang melihat hasil perancangan video, sehingga menimbulkan rasa tersentuh dan juga penasaran terhadap produk yang telah dipromosikan didalam video.

Durasi video promosi dibagi menjadi 2, yaitu durasi panjang dan durasi pendek. Durasi pendek untuk digunakan pada fitur *instagram ads*, karena memiliki batas durasi, sedangkan durasi panjang akan digunakan pada fitur *feeds*.

## Strategi Media

Strategi media yang dipilih untuk perancangan karya ini yaitu menyentuh rasa emosional masyarakat saat menonton video promosi sehingga menambah rasa ketertarikan pada produk Orion.bizz, sehingga dapat menambahkan potensi peningkatan penjualan. Media yang digunakan untuk meluncurkan video promosi untuk produk Gula Jawa Jahe adalah media sosial instagram, dimana media ini sangat mudah diakses dan siapapun bisa menggunakannya.

### Konsep Video

Mengangkat karakter dari produk Gula Jawa Jahe yaitu hangat dan manis, yang pada akhirnya kedua elemen tersebut dijadikan sebuah tagline #Hangatkan Suasana. Hangat dan manis ditunjukkan pada konsep jalan cerita yang dramatis. Di iringi dengan dialog antara 2 karakter yaitu kakak dan adik, namun lebih berfokus pada *voice over* sang adik.

### Naskah

SCENE 1 – PAGI HARI INT. RUMAH (RUANG MAKAN)

Adik (Voice Over) : Aku hidup bareng kakakku dari SMA karena orang tua udah ngga ada. Hidup mandiri, udah jadi kebiasaan kita berdua dari dulu. Sekarang aku sudah beranjak kuliah, dan biaya yang dibutuhin makin banyak. \*Adik yang baru bangun tidur, bersiap untuk memanaskan makanan sisa kemarin malam untuk kakak\*

Adik : \*Menata makanan dimeja\*

Kakak : \*Minum segelas air dan terlihat terburu-buru\*

Adik : Nih kak ayam \*Sambil menyodorkan ayam dimeja makan\*

Kakak : Kakak berangkat kerja dulu ya.

Adik : Loh kak ga sarapan dulu?

Kakak : Ga, uda telat.

Adik : Eh tunggu-tunggu \*sambil membungkusi kue sebagai pengganti lapar untuk kakak\*

Kakak : Sini cepet-cepet!

Adik : Iya benar ini udah!

Kakak : \*mengambil bingkisan lalu pergi meninggalkan adik\*

Adik : . . . Bye

SCENE 2 – PAGI KE SORE HARI INT. RUMAH (RUANG TAMU)

Adik : \*Berjalan ke ruang tamu untuk bermain laptop\*

Adik (Voice Over) : Gara-gara pandemi ini, kakak makin kerja keras, karna gajinya dipotong sama atasannya. Tapi, itu juga belum nutup semua kebutuhan kita

Adik (Voice Over) : Kakak ga pernah mau nyusahin aku sebagai adiknya, slalu berusaha buat nyelesain semuanya sendiri \*Sembari membuka tutorial cara berbisnis online shop di youtube\* \*Zoom out, menunjukkan jam sudah mulai petang\*

Adik : Jarang banget kakak ngeluh sama keadaan \*Posting promosi di Instagram Orion.bizz\*

SCENE 3 – PETANG INT. RUANG MAKAN, EXT. TERAS RUMAH

\*Suara kakak sudah pulang\* \*duduk di teras\*  
\*Menunjukkan ekspresi yang Lelah dan beristirahat di teras\*

Adik (Voice Over) : Tapi, aku tau sebenarnya kakak capek \*Melihat ke kakak yg sedang beristirahat di teras\*

Adik : \*Pergi ke ruang makan untuk membuat Gula Jawa Jahe, lalu mengantarkan ke kakak\*

Adik : Capek banget kak?  
Kakak : Eh, engga kok \*Tersentak\*  
Adik : Nih minum dulu

Kakak : \*Mencium aroma Gula Jawa Jahe lalu meminumnya\*

Kakak : Eh dek, maafin kakak yah, gaji kakak belum cukup buat hidupin kita

Adik : Gapapa kak, aku juga udah mulai bisnis online shop orion.bizz, ya itung-itung buat ngeringanin beban kakak

Kakak : Serius?

Adik : \*Mengangguk sambil tersenyum\*  
#Hangatkan Suasana

Storyboard

NO.	GAMBAR	KETERANGAN	NO.	GAMBAR	KETERANGAN
1.		Scene 1. Menayangkan Adik membuka pintu. (Shot = Medium Long Shot)	5.		Scene 1. Menayangkan Adik duduk di bangku sofa. (Shot = Medium Long Shot)
2.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang melihat tutorial di youtube. (Shot = Medium Shot)	6.		Scene 1. Menayangkan jam menunjukkan sudah 12. (Shot = Close Up)
3.		Scene 1. Menayangkan Adik membuka pintu. (Shot = Medium Long Shot)	7.		Scene 1. Menayangkan Adik menyajikan minuman. (Shot = Close Up)
4.		Scene 1. Menayangkan Adik membuka pintu. (Shot = Medium Shot)	8.		Scene 1. Menayangkan Adik menyajikan minuman. (Shot = Close Up)

Gambar 1.0

Gambar 1.1

NO.	GAMBAR	KETERANGAN	NO.	GAMBAR	KETERANGAN
9.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)	13.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)
10.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)	14.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)
11.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)	15.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)
12.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)	16.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang bermain laptop. (Shot = Medium Shot)

Gambar 1.2

Gambar 1.3

NO.	GAMBAR	KETERANGAN	NO.	GAMBAR	KETERANGAN
17.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)	21.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)
18.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)	22.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)
19.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)	23.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)
20.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)	24.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang duduk di sofa. (Shot = Medium Shot)

Gambar 1.4

Gambar 1.5

NO.	GAMBAR	KETERANGAN	NO.	GAMBAR	KETERANGAN
25.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)	28.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
26.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)	29.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
27.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)	30.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
31.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)	32.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)

Gambar 1.6

Gambar 1.7

NO.	GAMBAR	KETERANGAN
33.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
34.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
35.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)
36.		Scene 1. Menayangkan Adik sedang minum. (Shot = Medium Shot)

Gambar 1.8

Pemaknaan Storyboard

- Halaman storyboard 1-2 menunjukkan adik bangun lebih awal dan menyiapkan sarapan untuk kakak.

- Halaman storyboard 3 menunjukkan rasa sayang adik kepada kakak, karena adik tidak mau kakak pergi bekerja dengan perut kosong.
- Halaman storyboard 4 menunjukkan aktivitas adik.
- Halaman storyboard 5 menunjukkan aktivitas adik dan pulanginya kakak setelah lelahnya bekerja seharian.
- Halaman storyboard 6 menunjukkan setelah melihat betapa lelahnya kakak sepulang kerja, adik berinisiatif untuk membuatkan minuman.
- Halaman storyboard 7 menunjukkan adik menyiapkan minuman untuk kakak, dan setelah mencium aroma dari Gula Jawa Jahe, ekspresi adik terlihat lebih tenang dan hangat.
- Halaman storyboard 8 menunjukkan adik membawakan minuman untuk kakak.
- Halaman storyboard 9 menunjukkan perubahan suasana hati kakak yang lesu menjadi tenang dan hangat setelah menyium dan meminum Gula Jawa Jahe. Di bagian ini juga menunjukkan rasa sayang antara dua kakak adik tersebut.

## Kesimpulan

Media sosial Instagram merupakan media yang memiliki banyak kegunaan yang masih belum diketahui masyarakat dalam bidang promosi. Orion.bizz yang merupakan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) baru ini memiliki kekurangan pada promosi yang telah dilakukan dan masih kurang efektif jika dilihat dari data yang sudah dikumpulkan, bahkan produk Gula Jawa Jahe yang merupakan produk terlaris juga masih belum mencapai target karena sedikit hasil penjualannya. Perancang membuat konsep promosi dibidang videografi yang diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk melirik produk Gula Jawa Jahe dan dapat meningkatkan penjualannya. Mengangkat karakteristik dari produk Gula Jawa Jahe yaitu kehangatan yang menjadi sebuah tagline #Hangatkan Suasana, lalu dikemas dalam sebuah video yang menceritakan kakak adik yang berjuang menjalani hidup dengan finansial yang kurang baik, sehingga adik membantu meringankan beban kakak dengan memulai bisnis online shop. Dengan dibuatnya video promosi ini, diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan produk Gula Jawa Jahe yang masih kurang dikenali oleh masyarakat.

## Saran

### Bagi Obyek Penelitian

Bagi obyek penelitian, akan sangat membantu dalam mengembangkan hasil perancangan video promosi jika ada kritik dan saran dalam proses pembuatan konsep video promosi, sehingga dapat menambah wawasan dan ilmu bagi perancang.

### Bagi Perancang Lain

Bagi perancang selanjutnya yang akan membahas atau merancang video promosi yang berkaitan dengan produk Gula Jawa Jahe diharapkan dapat menyempurnakan konsep dengan lebih matang dan memiliki karya audio visual yang lebih menarik.

## Daftar Pustaka

Sadiman, Arief S. (2009). *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Retrieved from <http://www.rangkumanpustaka.com/2017/04/pengertian-dan-kelebihan-kelemahan.html>

Setiawan, Samhis. (2021, Mei 29). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Gurupendidikan. Retrieved from <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>

Hidayat, Rean. (2021, Januari 14). *Teknik Dasar Pencahayaan dalam Film*. TambahPinter. Retrieved from <https://tambahpinter.com/teknik-dasar-pencahayaan-film/>