

p-ISSN 2745-5807  
e-ISSN 2747-0288

# WARNARUPA

**Journal of Visual Communication Design**

WARNARUPA

| Vol. 5

| No. 2

| Page 1 - 94

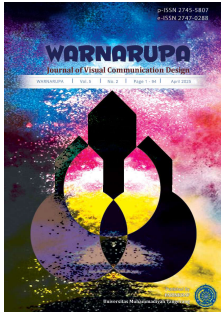
| April 2025



Published By  
**PARINKRAF**

Universitas Muhammadiyah Tangerang





# WARNARUPA

*Journal of Visual Communication Design*  
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

## PERANCANGAN VIDEO DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI RUMAH ARDEA SUMMARECON SERPONG

Dewi Intan Kurnia<sup>1</sup>, Mohammed Makki Azree Khaeruzzaman<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif  
Universitas Muhammadiyah Tangerang

[dewii.notifikasi@gmail.com](mailto:dewii.notifikasi@gmail.com)<sup>1</sup>, [mas.azree@gmail.com](mailto:mas.azree@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Summarecon Serpong adalah sebuah perusahaan properti yang berlokasi di Kabupaten Tangerang. Berdiri sejak 2004, Summarecon Serpong telah berhasil membuat kawasan hunian dengan konsep *Healthy Living*. Pada tanggal 28 Februari 2004 Summarecon Serpong merilis sebuah produk terbarunya yaitu Rumah Ardea. Rumah Ardea adalah produk rumah terbaru dari Summarecon Serpong sehingga masih membutuhkan sebuah media untuk mempromosikannya ke khalayak. Dalam pemasarannya video yang sudah ada kurang informatif untuk memberikan informasi terkait keunggulan dan fitur rumah serta kurang efektif dalam menjangkau audiens dari kalangan muda di rentang usia 21 hingga 35 tahun. Oleh karena itu dengan tujuan membuat sebuah media yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, solusi yang ditawarkan penulis adalah merancang sebuah video digital berisikan informasi tentang keunggulan dan fitur yang tersedia agar dapat menjangkau audiens dari kalangan muda. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi lapangan dan dokumentasi. Kemudian metode perancangannya adalah model FOUR-D yang dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel pada tahun 1974.

**Kata Kunci :** Rumah Ardea, Video, Summarecon Serpong, Media, Promosi,

### ABSTRACT

*Summarecon Serpong is a property company located in Tangerang Regency. Established in 2004, Summarecon Serpong has successfully developed residential areas with the concept of Healthy Living. On February 28, 2004, Summarecon Serpong launched its latest product, Rumah Ardea. As the newest residential product from Summarecon Serpong, Rumah Ardea still requires an effective medium to promote it to the public. The existing promotional video has been less informative in conveying the advantages and features of the house, and it has not been effective in reaching the young audience aged 21 to 35. Therefore, with the aim of creating a more effective medium to reach*

*a broader audience, the solution proposed by the author is to design a digital video containing information about the advantages and features available in order to reach a young audience. This design uses a qualitative approach with data collection methods including field observations and documentation. The design method employed is the FOUR-D model developed by S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, and Melvyn Semmel in 1974.*

**Keywords:** Rumah Ardea, Video, Summarecon Serpong, Media, Promotion

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang cukup signifikan. Video digital merupakan salah satu media yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat saat ini. Video digital juga dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk dengan berbagai cara, seperti mengulas detail dari produk, memberikan pengalaman penggunaan produk, menampilkan keindahan dari produk dan masih banyak lagi. Dalam konteks ini, video digital menjadi salah satu alat promosi yang potensial untuk memperkenalkan Rumah Ardea kepada masyarakat luas. Namun, video yang sudah ada kurang bisa menarik konsumen pada rentang usia 21 hingga 35 tahun dan video hanya berfokus kepada segi desain interior dibandingkan arsitektur dan juga fasilitasnya. Sehingga dibutuhkan sebuah video baru yang dapat menarik untuk kalangan generasi muda zaman sekarang dengan rentang usia 21 hingga 35 tahun.

Penelitian ini akan membahas secara mendalam mengenai perancangan video digital sebagai media promosi Rumah Ardea. Fokus utama meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan memanfaatkan keunggulan teknologi dan kreativitas dalam pembuatan video digital, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan penerimaan masyarakat terhadap produk-produk dari Rumah Ardea. Melalui video digital, informasi tentang produk-produk yang dihasilkan oleh Rumah Ardea dapat disampaikan secara jelas, informatif, dan dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Video**

Menurut Syamsyuri “Video adalah sehubungan dengan apa yang dapat dilihat, utamanya adalah gambar hidup (bergerak; motion), proses perekamannya, dan penayangannya tentunya melibatkan teknologi” (Sahputra & Lubis, 2023). Jadi video adalah rangkaian dari gambar-gambar yang tersusun untuk memberikan pengalaman kepada penonton. Dalam pembuatan sebuah video dibutuhkan beberapa proses untuk mencapai suatu tujuan.

Proses ini harus mempertimbangkan hal-hal berikut (Owen, 2017):

1. Menentukan tujuan video

Sebelum memasuki tahap produksi, penting untuk menetapkan apa yang ingin dicapai dari pembuatan video tersebut.

2. Mengembangkan ide konsep dan naskah

Setelah menentukan tujuan dari video yang akan dibuat. Langkah selanjutnya adalah melakukan riset agar ide dan konsep yang dibuat relevan dengan target audiens yang dituju.

3. Membuat *shot list* dan *storyboard*

Langkah selanjutnya adalah merancang visual yang akan dimasukkan ke dalam video. Karena visual sering kali sulit dibuat, *shot list* digunakan sebagai urutan *shot* dalam sebuah video dan *storyboard* diperlukan untuk membantu memvisualisasikan cerita yang akan disampaikan

## Produksi Video

Beberapa aspek penting dalam tahap pembuatan video meliputi:

1. Komposisi adalah pengaturan elemen dalam pengambilan video. Dengan komposisi yang baik, pesan dalam video dapat disampaikan lebih efektif.
2. *Exposure* adalah pengaturan cahaya yang mencapai sensor kamera, mempengaruhi kecerahan atau kegelapan sebuah *shot*. Tiga komponen utama eksposur adalah *aperture*, *shutter speed*, dan *ISO*, yang bekerja bersama untuk mengatur tingkat kecerahan yang seimbang.
3. *Camera shots* menentukan seberapa besar objek dalam *frame*.
4. *Camera Angle* adalah penempatan kamera pada sudut dan ketinggian tertentu yang berguna untuk menyampaikan pesan.
5. Pergerakan kamera merupakan perpindahan kamera pada suatu objek yang bertujuan menambah dinamika dalam video dan membantu menyampaikan informasi.
6. *Lighting* atau pencahayaan dalam sebuah video memegang peran penting untuk memastikan adegan terlihat jelas dan membantu menggambarkan suasana.
7. Audio, Penggunaan alat perekam audio yang tepat dan penambahan efek suara serta musik dapat memperkuat atmosfer yang ingin dibangun dalam adegan.

## Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan proses akhir dalam pembuatan video, di mana seluruh rekaman dari proses produksi disunting untuk menghasilkan video akhir. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam proses pasca produksi:

1. *Organizing Footage*, Langkah pertama adalah mengatur rekaman yang telah diambil. Semua rekaman dikategorikan berdasarkan adegan yang akan diedit, dan *backup* dibuat untuk menghindari kehilangan data jika *software editing* mengalami masalah.
2. *Offline Editing*, Pada tahap ini, rekaman yang telah diambil dipotong dan dirangkai menjadi sebuah cerita utuh. *Offline editing* berfokus pada aspek cerita, seperti plot, tempo, dan *timing*, hingga membentuk video yang dapat menyampaikan cerita dengan jelas, disebut juga sebagai *picture lock*.
3. *Online Editing* adalah proses akhir yang mencakup penambahan *color grading*, efek visual, *motion graphic*, dan *audio mixing*. *Color grading* bertujuan untuk menyeimbangkan warna tiap *shot* agar sesuai dengan *mood* yang diinginkan. Penambahan efek visual dan *motion graphic* mempercantik *footage*, sementara *soundeffect* menambah kesan hidup pada video.

## Pengertian Visual Efek

*Visual effects* merupakan sebuah bentuk manipulasi dan proses penyempurnaan dari sebuah adegan yang dilakukan saat pasca produksi” (Dinur, 2017). Jadi, *visual effects* adalah sebuah ilusi visual yang dilakukan saat pasca produksi yang bertujuan untuk menciptakan situasi tertentu.

## Teori Warna

Warna adalah estetika yang penting, karena melalui warna itulah kita dapat membedakan secara jelas keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan (Dewi, 2019).

## Pengertian Promosi

Menurut Ray dalam Shintarani (2017) “Promosi adalah seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan” (Yuliant & Syafwandi, 2020).

## Teori Psikologi Konsumen

Psikologi konsumen adalah bidang penelitian yang mempelajari perilaku dan proses mental individu dalam konteks aktivitas konsumen” (Asir dkk., 2024). Ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana orang memproses informasi, membentuk preferensi, dan membuat keputusan pembelian.

## METODE

Metodologi yang diterapkan menggunakan metode *FOUR-D* adalah metode yang digunakan untuk merancang suatu proyek yang memiliki sebuah tujuan. Ada 4 tahapan dalam metode *FOUR-D* yaitu: *Define* (pendefinisian), *Design* (perancangan), *Develop* (pengembangan), *Disseminate* (penyebaran)

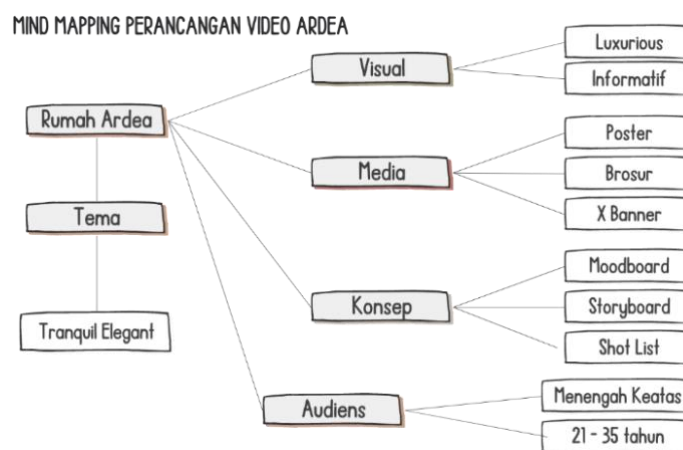
## Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam perancangan ini adalah:

1. Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi rumah contoh Rumah Ardea di kawasan *The Springs Summarecon Serpong* untuk mengamati bagian-bagian dari rumah tersebut. Dari hasil pengamatan penulis akan membuat konsep kreatif untuk menjadi acuan dalam proses produksi.
2. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil gambar tiap sudut ruangan untuk mendapatkan gambaran tentang konsep kreatif yang akan dibuat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Mind Mapping*



Mind Mapping  
Sumber: Pribadi

## Pra Produksi

Berikut adalah beberapa konsep yang dipakai dalam penyusunan elemen dan audio dalam video digital:

1. *Moodboard* berfungsi untuk menyusun dan mengkomunikasikan konsep serta nuansa sebuah proyek melalui kumpulan gambar, warna, dan elemen desain lainnya. Ini membantu memastikan keselarasan estetika dan visual dari media utama hingga media pendukung.



Sumber : Pribadi

2. Palet Warna, perancangan ini menggunakan palet warna *Earth Tone*. Palet warna *earthtone* adalah kumpulan warna yang terinspirasi dari alam. Palet ini memberikan kesan yang terhubung dengan elemen-elemen bumi, seperti tanah, kayu, dan batu, sehingga menciptakan suasana yang nyaman dan menenangkan.



Palet Warna  
Sumber : Pribadi

3. Supergrafis yang digunakan adalah elemen marmer dalam desain sering digunakan untuk memberikan kesan mewah, elegan, dan klasik. Marmer, dengan pola urat alami dan kilauannya, sering diterapkan dalam berbagai aspek desain interior, seperti lantai, dinding, meja, dan *kitchen set*.



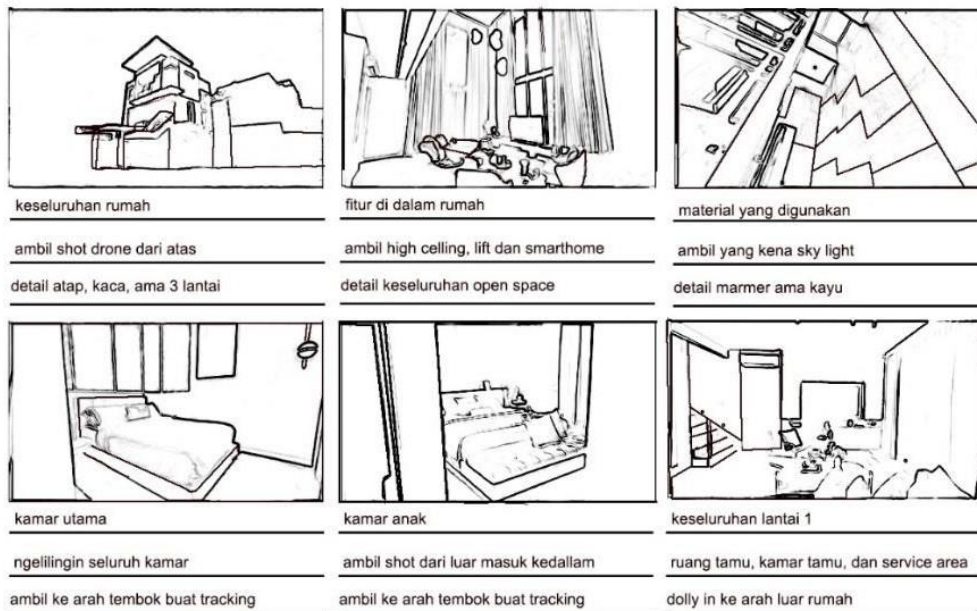
Supergrafis  
Sumber: Pribadi

4. *Font* yang digunakan dalam perancangan ini adalah Tenor Sans. Tenor Sans adalah jenis huruf *sans-serif* yang dirancang untuk memberikan tampilan yang bersih, elegan, dan klasik.

TENOR SANS  
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 n o p q r s t u v w x y z

Tenor Sans  
Sumber: Pribadi

5. *Storyboard* dibuat dengan cara observasi kelapangan langsung dan mengambil foto sebagai gambaran untuk proses produksi. Gambar-gambar yang diambil saat observasi akan diurutkan sesuai dengan keputusan alur cerita yang sudah dibuat.



Storyboard  
Sumber: Pribadi

6. *Shot list* terdiri dari nomor *scene*, nomor *shot*, ukuran *shot*, pergerakan kamera, alat yang digunakan, lokasi pengambilan gambar, di dalam ruangan atau luar ruangan, notes, dan detail peralatan yang digunakan dalam pengambilan gambar.

| Scene | Shot | Shot Size | Movement       | Gear   | Location | EXT/INT | Notes                        | Equipment                                 |
|-------|------|-----------|----------------|--------|----------|---------|------------------------------|-------------------------------------------|
| 1     | 1    | Wide Shot | Arch           | Drone  | Fasad    | Ext     | Dari taman ke rumah          | Drone                                     |
|       | 2    | Mid Shot  | Arch           | Drone  | Fasad    | Ext     | Lantai 2 dan 3               | Drone                                     |
|       | 3    | Wide Shot | Arch           | Kamera | Fasad    | Ext     | Low angle dari bawah tangga  | Sony A7SIII, DJI Ronin RS2, Lensa 14-24mm |
|       | 4    | Wide Shot | Dolly, Pan     | Drone  | Fasad    | Ext     | Perspektif rumah             | Drone                                     |
|       | 5    | Wide Shot | Arch           | Drone  | Fasad    | Ext     | Low angle dari pinggir rumah | Drone                                     |
|       | 6    | Mid Shot  | Pedestal, Tilt | Drone  | Fasad    | Ext     | Bagian kolam dan jendela     | Drone                                     |
|       | 7    | Wide Shot | Arch           | Drone  | Fasad    | Ext     | High angle perspektif rumah  | Drone                                     |
|       | 8    | Mid Shot  | Pedestal, Tilt | Drone  | Fasad    | Ext     | Dari kanopi naik ke atas     | Drone                                     |
|       | 9    | Mid Shot  | Arch           | Kamera | Fasad    | Ext     | Samping rumah ngeliatin kaca | Sony A7SIII, DJI Ronin RS2, Lensa 24-70mm |
|       | 10   | Mid Shot  | Pedestal       | Drone  | Fasad    | Ext     | Perspektif rumah             | Drone                                     |

*Shot list*  
Sumber: Pribadi

## Produksi

Proses *shooting* dilakukan selama 2 hari yaitu pada tanggal 8 dan 9 Juni 2024 berlokasi di Rumah Ardea Summarecon Serpong. Jadwal *shooting* sudah dibuat pada saat proses *brainstorming*, tujuan dari pembuatan jadwal *shooting* adalah efisiensi waktu. Berikut adalah jadwal *shooting* pembuatan video Ardea Summarecon Serpong.

| Waktu | Lokasi                                                | Notes                                      |
|-------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 06:00 | Kumpul di Plaza Summarecon Serpong, cek alat dari BSM |                                            |
| 06:30 | Berangkat ke Heron                                    |                                            |
| 07:00 | Sampai di Heron, persiapan alat                       |                                            |
| 07:30 | Fasad                                                 | 1 kamera, 3 <i>drone shots</i>             |
| 08:30 | Kolam Renang                                          | <i>drone 1 shot</i>                        |
| 08:45 | <i>Carport</i>                                        | <i>drone 1 shot</i> , 4 kamera, bawa lampu |
| 10:00 | Pintu Utama                                           | bawa nilon                                 |
| 11:00 | Dapur Bersih                                          |                                            |
| 12:00 | Ruang Keluarga                                        |                                            |
| 13:00 | Istirahat Makan Siang                                 |                                            |
| 13:30 | Kamar                                                 |                                            |
| 14:00 | Tangga                                                |                                            |
| 14:30 | <i>Foyer</i>                                          |                                            |
| 15:15 | Kamar Utama                                           |                                            |

|       |                       |                          |
|-------|-----------------------|--------------------------|
| 16:30 | Ruang Kerja           | bawa kain hitam          |
| 17:00 | Toilet                |                          |
| 17:30 | Kamar Anak            |                          |
| 18:15 | Service Area          |                          |
| 18:45 | Istirahat Makan Malam |                          |
| 19:15 | Fasad                 | <i>beauty shot</i> malam |
| 20:00 | Persiapan pulang      |                          |

Jadwal *Shooting*  
Sumber: Pribadi

*Shooting* dilakukan oleh 3 orang yang memiliki jabatan dan tugas yang berbeda. Berikut adalah nama kru beserta jabatannya.

| No. | Jabatan                 | Nama                          |
|-----|-------------------------|-------------------------------|
| 1   | <i>Producer</i>         | Livia Priscilla Winarto       |
| 2   | Director of Photography | Makki Azree                   |
| 3   | Camera Operator         | Makki Azree & Edwardo Anggara |
| 4   | Drone Pilot             | Edwardo Anggara & Makki Azree |
| 5   | <i>Art Director</i>     | Makki Azree                   |
| 6   | <i>Asst. Camera</i>     | Livia Priscilla Winarto       |

Jobdesc *Shooting*  
Sumber: Pribadi

Untuk membuat sebuah video dibutuhkan beberapa alat seperti kamera dan juga alat pendukung lainnya. Berikut adalah beberapa alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan video Ardea.

| Alat                    | Deskripsi                                                  | Gambar                                                                                |
|-------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Sony A7S III            | Kamera utama 4K                                            |  |
| DJI Mavic 3 Pro         | Pengambilan gambar udara dengan resolusi 5.1K              |   |
| iPhone 15 Pro Max       | Merekam video portabel 4K <i>HDR</i> .                     |  |
| DJI Osmo Mobile 6       | Menstabilkan video <i>smartphone</i> .                     |  |
| Sony FE 12-24mm F2.8 GM | Lensa <i>wide-angle</i> untuk lanskap.                     |  |
| Sony FE 50mm F/1.2 GM   | Lensa <i>prime</i> untuk potret dengan <i>bokeh</i> indah. |  |

|                         |                                                              |                                                                                       |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Sony FE 24-70mm F2.8 GM | Lensa <i>zoom</i> serbaguna untuk berbagai jenis pemotretan. |    |
| iFootage Shark S1       | Menggerakkan kamera dengan halus.                            |     |
| DJI Ronin RS2           | Menstabilkan kamera saat pengambilan gambar bergerak.        |    |
| Beike Q666              | Pengambilan gambar statis.                                   |    |
| Aperture Almaran AL-M9  | Pencahayaan tambahan portabel.                               |    |
| KnF Concept CPL         | Mengurangi refleksi dan meningkatkan kontras.                |    |
| Benang Nilon            | <i>Rigging</i> atau pemasangan perlengkapan.                 |   |
| Kain Hitam              | pengendali pencahayaan dan refleksi.                         |  |

## Pasca Produksi

Proses editing dilakukan dengan 2 aplikasi yaitu Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effect. Tahap awal *editing* adalah *roughcut*, *sound design*, *stabilizing* dan *time remapping*, yang dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro, selanjutnya tahap penambahan efek visual yaitu *kinetic typography* dan *camera* atau *motion tracking* menggunakan aplikasi Adobe After Effect. Tahap akhir yaitu proses *color grading* yang dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro.

## Online Editing

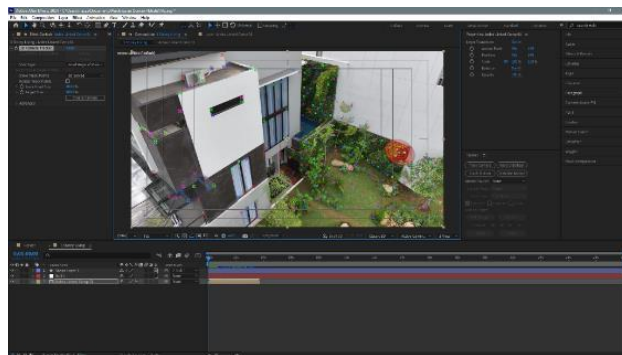
Hal pertama yang dilakukan untuk memulai proses *editing* adalah memilih *footage* dengan hasil *shot* terbaik yang kemudian di-*import* ke dalam Adobe Premiere Pro. Setelah semua video sudah masuk ke dalam Adobe Premiere Pro, video akan dimasukkan ke dalam *sequence* sesuai dengan urutan yang tertera pada *shot list*. Tahap selanjutnya adalah memasukkan *backsound*, *match cut*, *stabilizing* dan memasukkan audio.



*Timeline Adobe Premiere Pro*  
*Sumber: Pribadi*

### ***Offline Editing***

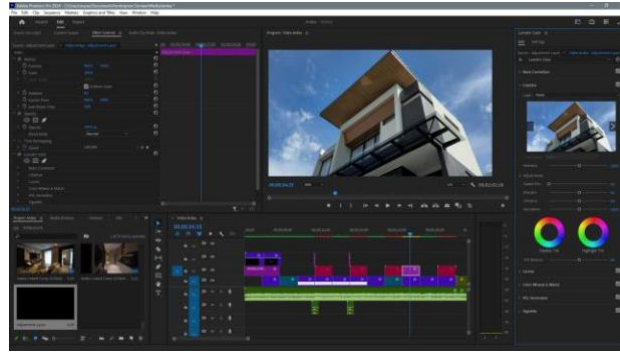
After Effect digunakan untuk mengaplikasikan teks ke dalam video menggunakan teknik *animation text* atau *kinetic typography*. Narasi teks yang dimasukkan ke dalam video adalah fitur atau spesifikasi dari Rumah Ardea itu sendiri. *Tools* yang digunakan dalam tahap ini adalah *camera* atau *motion tracking* yang dimasukkan ke dalam layer teks.



*Timeline Adobe After Effect*  
*Sumber: Pribadi*

### ***Color Grading***

Tahap terakhir dalam proses *editing* adalah *color grading* yang dilakukan di aplikasi Adobe Premiere Pro menggunakan *tools lumetri color*. Fitur pertama yang digunakan adalah basic correction yaitu penyesuaian dasar seperti *exposure*, *white balance*, *contrast*, *shadows*, *highlights*, *whites*, *blacks*, *saturation*, dan *vibrance*. Fitur selanjutnya adalah *Curves*, fitur ini memberikan kontrol yang lebih presisi melalui penyesuaian kurva untuk *luma RGB*. Selanjutnya adalah *Color Wheels and Match*, fitur ini memuat roda warna untuk *shadows*, *midtone*s, dan *highlights*, yang memungkinkan penyesuaian warna yang lebih spesifik. Terakhir adalah *HSL Secondary*, Panel ini memungkinkan seleksi dan penyesuaian warna berdasarkan *hue*, *saturation*, dan *luminance* (HSL). Fitur ini berguna untuk melakukan koreksi warna yang sangat spesifik pada elemen-elemen tertentu dalam video tanpa mempengaruhi keseluruhan gambar.

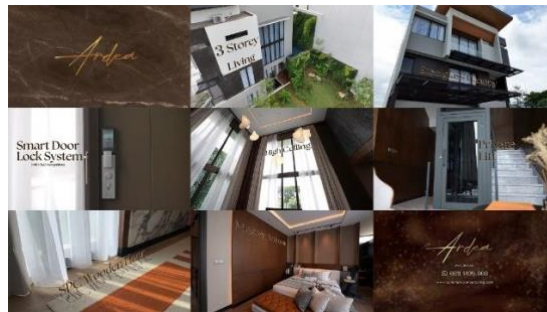


*Timeline Color Grading*  
*Sumber: Pribadi*

## Hasil Karya

Media pada perancangan ini terbagi menjadi 2 yaitu media utama dan media pendukung.

### Media utama



*Tangkapan Layar Video Ardea*  
*Sumber: Pribadi*

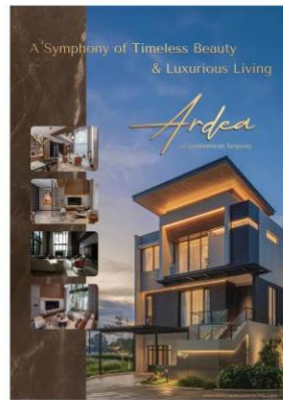
Untuk memperjelas gambaran terkait video yang sudah dibuat, berikut adalah deskripsi detail video Rumah Ardea.

- Durasi : 2 menit 2 detik
- Aspek rasio : 16:9
- Resolusi : *Full HD* 1080p (1920x1080)
- Frame rate* : 30 *fps*
- Codec Video* : H.264
- Format video : MP4
- Efek visual : *Speed Ramp*, *3D Tracking Text*,

### Media Pendukung

#### Poster utama

Poster utama dibuat menggunakan ukuran A3 yang berfungsi untuk menjadi media komprehensif yang fleksibel.



Poster Utama  
Sumber: Pribadi

## Poster Perancangan

Poster berukuran A2 yang berisikan konsep perancangan dan juga makna dari elemen-elemen yang digunakan dalam perancangan.



Poster Perancangan  
Sumber: Pribadi

## Brosur

Menggunakan ukuran A3 yang dilipat menjadi 2 bagian.



Brosur  
Sumber: Pribadi

## Kartu Nama

Kartu nama berisikan informasi nama dan kontak para *exevutive marketing* agar paracalon pembeli menanyakan informasi lebih lanjut terkait produknya.



Kartu Nama  
*Sumber: Pribadi*

## QR Code

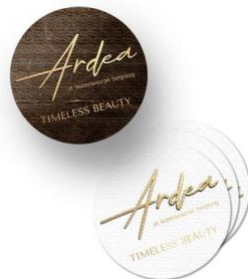
Jika di *scan* maka akan langsung menuju ke situs Summarecon Serpong halaman Ardeayang berisikan informasi visual tentang Rumah Ardea.



QR Code  
*Sumber: Pribadi*

## Stiker

Stiker dalam pemasaran berfungsi sebagai alat multifungsi yang dapat memperkuat *branding* dengan menampilkan logo atau slogan perusahaan.



Stiker  
*Sumber: Pribadi*

### ***X Banner***

*X Banner dalam perancangan ini adalah alat efektif untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi penting dengan cara yang jelas dan menarik.*



*X Banner Sumber:  
Pribadi*

### **Kartu Identitas**

Kartu identitas dibuat sebagai tanda pengenal untuk *marketing executive* dalam melakukan pemasaran di luar lingkup perusahaan seperti *event expo* properti.



*Kartu Identitas  
Sumber: Pribadi*

### **Videotron**

Mirip dengan billboard, perbedaan videotron dan billboard adalah dari segi teknologi yang digunakan.



*Videotron  
Sumber: Pribadi*

## Umbul – Umbul

Umbul - umbul berguna untuk memperkuat *branding*, menandai lokasi, atau menambahkan estetika visual pada lingkungan sekitar kawasan Summarecon Serpong.



Umbul – Umbul  
Sumber: Pribadi

## Spanduk

Spanduk akan diletakkan di lokasi yang strategis berguna untuk meningkatnya *branding* dan sebagai pengingat kepada masyarakat yang melihatnya.



Spanduk  
Sumber: Pribadi

## PENUTUP

### Kesimpulan

Perancangan video promosi Rumah Ardea bertujuan memperkenalkan produk rumah terbaru Summarecon Serpong kepada kalangan muda, menyoroti konsep *luxury living*. Tahapan meliputi analisis target pasar, pemilihan konsep kreatif, dan penyusunan skenario. Proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dilakukan secara matang untuk memastikan kualitas video sesuai standar. Elemen visual seperti warna, komposisi, dan grafis disesuaikan dengan *branding* Rumah Ardea, sementara audio, termasuk musik latar dan efek suara, mendukung suasana. Teknik editing seperti *time remapping*, transisi halus, dan *kinetic typography* digunakan untuk membuat video informatif dan menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asir, M., Ganika, G., Mokodongan, E. N., Adriana, N. P., Zuliansyah, M. A., Widiastuti, R., Zenmira, N., Grashinta, A., Rini, E., Astuti, W., Nuryani, H. S., & Sudirman, A. (2024). *PSIKOLOGI KONSUMEN TEORI DAN APLIKASI* (A. Masruroh, Ed.). CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Dewi, S. F. (2019). *PENGARUH PENGETAHUAN BUSANA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI BUSANA PADA SISWA JURUSAN TATA BUSANA SMK N 3 KLATEN* [Universitas Negeri Yogyakarta]. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/64386>
- Dinur, E. (2017). *The Filmmaker's Guide to Visual Effects: The Art and Techniques of VFX for Directors, Producers, Editors, and Cinematographers*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Owen, J. (2017). *Video Production Handbook* (6th Edition). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315530574>
- Sahputra, A., & Lubis, D. S. (2023). Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 988–996. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12553>
- Yuliant, I., & Syafwandi. (2020). Perancangan Video Promosi IDENTITY HANDMADE. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/dekave.v10i4.110732>