

Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Tangerang

Sugeng Santoso*¹, Ferry Sudarto², Shega Andyka³

^{1,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

² Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

Email: *¹ sugeng.santoso@raharja.info, ² ferry.sudarto@raharja.info, ³ shega@raharja.info

Abstrak

Media audio-visual merupakan salah satu jenis media yang dihadirkan oleh pesatnya perkembangan teknologi multimedia dalam penyebaran iklan dan informasi. Dalam penyampaian informasi dan promosi paket perawatan anti aging kepada pelanggan dan calon pelanggan dapat menggunakan salah satu teknik penyajian visual yaitu perpaduan teknik live shoot dengan motion graphic. Klinik Kecantikan Leny Skincare bertempat di Ruko Citra Raya blok K1 no. 18-19R, Citra Raya, Kabupaten Tangerang. Media promosi cetak seperti spanduk, poster, dan pamflet masih memiliki pasar yang terbatas, strategi promosi saat ini kurang menarik dan beragam. Ada perbedaan mencolok antara setiap perawatan, dengan hanya 33 kunjungan yang menerima perawatan anti aging, terlihat dari grafik yang menunjukkan jumlah rata-rata pengunjung selama tiga bulan. Menyikapi hal tersebut, harus ada upaya untuk mendongkrak antusiasme pelanggan terhadap paket perawatan anti aging. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media (Adobe Illustrator CC, Adobe After Effect CC, Adobe Premiere Pro CC) dan Konsep Produksi Media (KPM). Diharapkan dengan adanya penelitian tersebut dapat menyelesaikan dan mendongkrak antusias pelanggan terhadap paket anti aging.

Kata kunci – Klinik Kecantikan Leny Skincare, Paket Anti Aging, Live Shoot, Motion Graphic, Promosi

Abstract

Audio-visual media is a type of media presented by the rapid development of multimedia technology in the dissemination of advertisements and information. In conveying information and promoting anti-aging treatment packages to customers and prospective customers, one can use a visual presentation technique, namely a combination of live shoot techniques with motion graphics. The Leny Skincare Beauty Clinic is located at Ruko Citra Raya blok K1 no. 18-19R, Citra Raya, Tangerang Regency. Print promotional media such as banners, posters and pamphlets still have a limited market, the current promotion strategy is less attractive and diverse. There was a marked difference between the treatments, with only 33 visits receiving anti aging treatment, as can be seen from the graph showing the average number of visits over three months. In response to this, efforts must be made to boost customer enthusiasm for anti-aging care packages. The research method used is data collection, SWOT analysis, media design (Adobe Illustrator CC, Adobe After Effects CC, Adobe Premiere Pro CC) and Media Production Concepts (KPM). It is hoped that this research can complete and boost customer enthusiasm for the anti aging package.

Keywords – Leny Skincare Beauty Clinic, Anti Aging, Live Shoot, Motion Graphic, Promotion

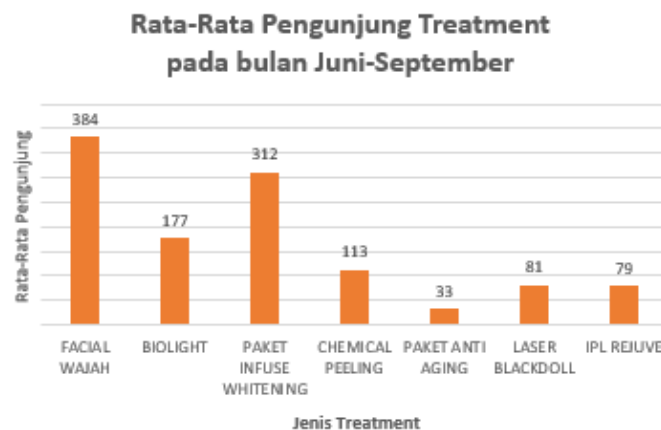
1. PENDAHULUAN

Media video adalah salah satu jenis media (*audio-visual*) yang dihadirkan oleh pesatnya perkembangan teknologi multimedia dalam penyebaran iklan dan informasi. Kombinasi teknik *motion graphic* serta teknik *live shoot* dapat digunakan sebagai sarana promosi serta penyampaian

informasi perawatan *anti aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare* kepada seluruh pelanggan serta calon pelanggan, yang merupakan salah satu teknik penyajian visual dalam penyampaian informasi dan promosi. Teknik *live shoot* merupakan sebuah teknik pengambilan gambar secara langsung (keadaan sebenarnya) dimana dapat menggunakan kamera *DSLR* hingga kamera *camcorder*. Pengambilan dapat juga menggunakan *tripod*, *handheldenn* maupun *stabilizer*^[1]. Sedangkan, *Motion graphic* merupakan sebuah tayangan *audio visual* berbentuk animasi untuk menyampaikan pesan informasi dan juga promosi.

Klinik kecantikan merupakan suatu tempat yang menawarkan jasa di bidang perawatan dan kecantikan kulit, dimana suatu bisnis yang dimana pasarnya tidak melihat umur seseorang, karena setiap orang pasti membutuhkan perawatan tersebut mulai dari remaja hingga orang tua^[2].

Klinik Kecantikan Leny *Skincare* yang bergerak dalam bidang kecantikan dan kesehatan kulit wajah, bertempat di Ruko Citra Raya, Kec. Cikupa, Kab Tangerang (Blok K1 no.18-19R). Klinik ini berdiri di tahun 2011 ini banyak menawarkan *treatment* yang beragam seperti *Facial*, *Biolight*, *Laser Blackdoll*, Paket *Anti aging*, dsb. Salah satu masalah yang dihadapi oleh Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Tangerang yaitu perbedaan antusias yang signifikan pada *treatment* yang tersedia khususnya perawatan wajah “Paket *Anti aging*”. Berikut merupakan grafik data Rata-Rata Pengunjung *Treatment* selama 3 bulan di Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Tangerang pada bulan Juni - September, yaitu :



Sumber : Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Tangerang

Gambar 1. Grafik Rata-Rata Perbedaan Antusias Perawatan Pengunjung Kurun Waktu 3 Bulan

Antusiasme yang berbeda untuk setiap perawatan terlebih lagi kurangnya antusias terhadap paket perawatan *anti aging* disebabkan oleh media promosi yang digunakan lebih banyak pada bentuk media cetak (spanduk, brosur dan poster). Selanjutnya pada aktivitas video promosinya hanya mengandalkan video cuplikan singkat atau konten sosial media yang tidak menjelaskan perawatan tersebut secara jelas dan menyeluruh. Strategi promosi yang sudah dijalankan ini perlu didukung dan ditingkatkan lagi dengan pemanfaatan teknologi media *audio-visual* yang lebih informatif mengenai perawatan paket *anti aging* yang ingin dipromosikan.

Diharapkan dengan adanya perancangan video promosi ini dapat meningkatkan antusias konsumen serta memberikan informasi secara jelas mengenai paket perawatan *anti aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare*.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Metode Pengumpulan Data yaitu Observasi, Wawancara *Stakeholder* dan Studi pustaka
(2) Metode Analisa yaitu Analisis *SWOT* dan Kuesioner pengunjung. (3) Metode Perancangan video promosi ini didukung dengan *software* seperti *Adobe Premiere CC*, *Adobe After Effect CC*, dan *Adobe Illustrator CC* (4) Metode Implementasi yang akan diimplementasikan melalui *Youtube*.

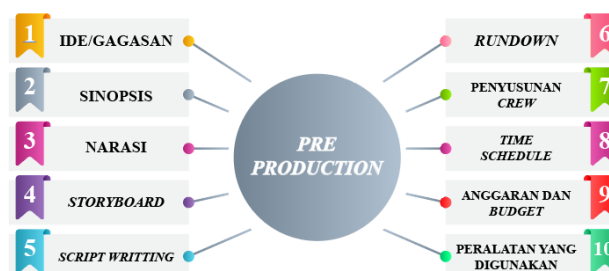
2.2. Literature Review

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarya, dkk. (2020)^[3] dengan judul “*Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Pondok Pesantren Al-Bayan Rangkasbitung Kabupaten Lebak*”. Tujuannya yaitu untuk membantu pondok pesantren Al-Bayan dalam mengembangkan media berbentuk video promosi agar menjadikan daya Tarik yang efektif dan informatif bagi calon santri.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Deli, dkk. (2021)^[4] dengan judul “*Perancangan Video Testimoni Miracle Male Aesthetic Treatment*”, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sisi perspektif yang bersifat positif terhadap produk dan perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rizal, dkk. (2019)^[5] dengan judul “*Perancangan Company Profile Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi Klinik Hilal Medika Makassar*”, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan promosi untuk meningkatkan pemasaran Klinik Hilal Medika Makassar.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Purwanto, dkk. (2018)^[6] dengan judul “*Perancangan Video Iklan Televisi Layanan Masyarakat “Ayo Berbelanja ke Pasar Tradisional” dengan Metode Live Shoot*”, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengajak masyarakat lebih sering ke pasar tradisional untuk membantu perekonomian petani lokal.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Fajar, dkk. (2017)^[7] dengan judul “*Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok*”, Tujuan dari penelitian ini untuk mempromosikan Cafe Ombewok kepada masyarakat luas.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Arifin, Zainal. (2017)^[8] dengan judul “*Perancangan Video Promosi Diandra Anti Aging & Aesthetic Clinic Melalui Media Sosial Instagram*”, Tujuan dari penelitian berupaya untuk mempromosikan treatment injeksi botox kepada masyarakat melalui media visual.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Preproduction

Tahapan *Pre-production* merupakan tahapan perencanaan dan/atau persiapan dalam memulai perancangan suatu karya berdasarkan elisitasi yang ada. Terdapat sepuluh tahap pada *pre-production*. Berikut merupakan gambaran dari tahapan *Pre-production*:



Gambar 2. *Preproduction*

1. Ide / Gagasan

Tahapan pertama dan hal yang paling mendasar pada proses *pre-production* dalam perancangan video. Ide atau gagasan yang sudah dibuat dari hasil mengumpulkan data-data dan disesuaikan dengan kebutuhan *stakeholder* akan divisualisasikan dalam bentuk video yang menarik, meliputi: Penjelasan dari setiap macam paket perawatan *anti aging*, penjelasan manfaat dari setiap *treatment* yang ada pada paket perawatan *anti aging* dan informasi penting lainnya.

2. Sinopsis

Tahapan kedua dimana alur cerita dibuat secara ringkas dari sebuah naskah cerita yang menggambarkan inti dari video yang akan dirancang. Berikut sinopsis dari video promosi perawatan *anti aging* di Klinik Leny Skincare:

Tabel 1. Sinopsis

Sinopsis
<i>“Di awal video, menampilkan bumper logo Klinik Kecantikan Leny Skincare, lalu selanjutnya menampilkan timelapse langit berawan dengan view gedung klinik kecantikan tersebut, menampilkan manager yang menjelaskan tentang treatment-treatment yang terdapat pada paket perawatan anti aging serta menjelaskan manfaatnya. Lalu dokter klinik kecantikan melakukan tindakan treatment paket perawatan anti aging kepada pasien, setelah mendapatkan perawatan tersebut ditampilkan hasil testimoni berupa cuplikan “before-after” pasien yang telah mendapatkan treatment tersebut, selanjutnya kembali kepada manajer yang mengajak para konsumen dan calon konsumen untuk melakukan treatment paket anti aging di Klinik Leny Skincare, di akhir video menampilkan informasi kontak dan lokasi cabang, selanjutnya ditutup dengan outro logo Klinik Kecantikan Leny Skincare.”</i>

3. Narasi

Sebuah karya tulis yang menyajikan sebuah cerita dengan secara detail karena terdiri penyusunan sebuah ide dan konsep dari sebuah video yang akan dirancang. Berikut narasi dari video promosi perawatan *anti aging* di Klinik Leny Skincare:

Tabel 2. Narasi

Narasi
<i>Hi Leny Lovers dengan saya Reike Yurike, Branch Manager Citra Raya // Semoga leny lovers dalam keadaan yang sehat dan cantik selalu ya // Menjadi cantik dan awet muda adalah impian kita semua // Namun dengan seiring pertambahan usia kerutan dan kulit kendur tidak bisa kita hindari // Tapi jangan khawatir, Leny Skincare punya solusinya! // Solusinya adalah dengan SUNTIK ANTI AGING // treatment anti aging ini diperuntukan untuk mengurangi kerutan ekspresi disekitar dahi atau mata // Ada juga treatment FILLER // Tanda-tanda penuaan juga dapat terlihat di garis senyum yang berlebih dan kantung mata, ini bisa kita atasi dengan filler treatment // Bisa juga dengan SKIN BOOSTER // Perawatan ini sangat bagus untuk merangsang kolagen sebagai peremajaan kulit wajah // atau dengan PREMIUM CELL THERAPY // Ingin wajah lebih kencang, halus, dan segar kembali // treatment ini menjadi salah satu pilihan dengan harga yang sangat terjangkau // Konsultasikan wajahmu dengan dokter kesayangan di cabang terdekat. //</i>

4. Storyboard

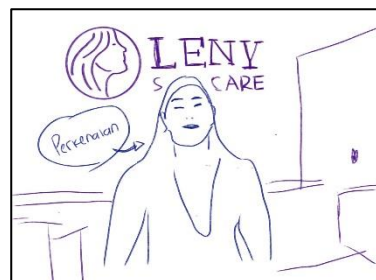
Storyboard atau Papan Cerita merupakan rancangan naskah cerita yang dituangkan dalam bentuk sketsa gambar, dengan ilustrasi yang mewakili setiap adegan video yang akan dibuat. Berikut storyboard dari video promosi perawatan *anti aging* di Klinik Leny Skincare:



Gambar 3. *Scene 1 / Menampilkan bumper logo Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 4. *Scene 2 / Day / Ext / Low Angle / Menampilkan timelapse gedung Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 5. *Scene 3 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan perkenalan Manager Cabang Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 6. *Scene 4 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan penjelasan informasi mengenai solusi masalah penuaan dini dan paket perawatan anti aging*



Gambar 7. *Scene 5 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment suntik anti aging*



Gambar 8. *Scene 6 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment suntik anti aging oleh Dokter*



Gambar 9. *Scene 7 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan mengenai treatment filler*



Gambar 10. *Scene 8 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment filler oleh Dokter*



Gambar 11. *Scene 9 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment skin booster*



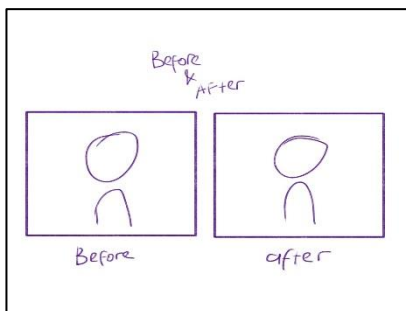
Gambar 12. *Scene 10 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien sedang mendapatkan treatment skin booster oleh Dokter*



Gambar 13. *Scene 11 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment premium cell therapy*



Gambar 14. *Scene 12 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien mendapatkan treatment premium cell therapy oleh Dokter*



Gambar 15. *Scene 13 / Menampilkan before-after konsumen yang telah mendapatkan treatment paket anti aging*



Gambar 16. *Scene 14 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang mengajak untuk melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 17. *Scene 15 / Menampilkan logo dan kontak cabang-cabang Klinik Kecantikan Leny Skincare*

5. *Script Writing*

Script Writing merupakan tahapan dalam perancangan ide naskah cerita sesuai dengan kebutuhan *stakeholder* dengan mengembangkan ide tersebut menjadi suatu alur cerita yang menarik tanpa mengurangi informasi yang ingin disampaikan. Berikut *script writing* video promosi pada Klinik Kecantikan Leny *Skincare*:

Tabel 3. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper</i> logo Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>	<i>Music</i>
2.	Menampilkan <i>timelapse</i> gedung Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>	<i>Music</i>
3.	Menampilkan perkenalan Manager Cabang Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>	<i>Hi Leny Lovers dengan saya Reike Yurike, Branch Manager Citra Raya. Semoga leny lovers dalam keadaan yang sehat dan cantik selalu ya</i>
4.	Menampilkan penjelasan informasi mengenai solusi masalah penuaan dini dan paket perawatan <i>anti aging</i>	<i>Menjadi cantik dan awet muda adalah impian kita semua. Namun dengan seiring pertambahan usia kerutan dan kulit kendur tidak bisa kita hindari</i>
5.	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai treatment suntik <i>anti aging</i>	<i>Tapi jangan khawatir, Leny Skincare punya solusinya! Solusinya adalah dengan SUNTIK ANTI AGING</i>
6.	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment suntik <i>anti aging</i> oleh Dokter	<i>Treatment anti aging ini diperuntukan untuk mengurangi kerutan ekspresi disekitar dahi atau mata</i>
7.	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai treatment <i>filler</i>	<i>Ada juga treatment FILLER</i>
8.	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment <i>filler</i> oleh Dokter	<i>Tanda-tanda penuaan juga dapat terlihat di garis senyum yang berlebih dan kantung mata, ini bisa kita atasi dengan filler treatment</i>
9.	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment skin booster</i>	<i>Bisa juga dengan SKIN BOOSTER</i>
10.	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment skin booster</i> oleh Dokter	<i>Perawatan ini sangat bagus untuk merangsang kolagen sebagai peremajaan kulit wajah</i>
11.	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment premium cell therapy</i>	<i>atau dengan PREMIUM CELL THERAPY</i>
12.	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment premium cell therapy</i> oleh Dokter	<i>Music</i>
13.	Menampilkan <i>before-after</i> konsumen yang telah mendapatkan <i>treatment</i> paket <i>anti aging</i>	<i>Music</i>
14.	Menampilkan manager cabang mengajak konsumen dan calon konsumen untuk melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>	<i>Ingin wajah lebih kencang, halus, dan segar kembali. treatment ini menjadi salah satu pilihan dengan harga yang sangat terjangkau. Konsultasikan wajahmu dengan dokter kesayangan di cabang terdekat.</i>
15.	Menampilkan logo dan kontak cabang-cabang Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>	<i>Music</i>

6. *Rundown*

Pada tahapan ini, *rundown* berfungsi untuk menentukan urutan setiap *scene*, durasi waktu, serta memberikan penjelasan sesuai dengan isi video promosi yang akan dibuat untuk Klinik Kecantikan Leny *Skincare*.

Tabel 4. *Rundown*

No	Scene	Duration	Description
1.	2	00:00:05 - 00:00:08	Menampilkan <i>timelapse</i> gedung Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>
2.	3	00:00:08 - 00:00:16	Menampilkan perkenalan Manager Cabang Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>
3.	4	00:00:16 - 00:00:25	Menampilkan penjelasan informasi mengenai solusi masalah penuaan dini dan paket perawatan <i>anti aging</i>
4.	5	00:00:25 - 00:00:31	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment</i> suntik <i>anti aging</i>
5.	6	00:00:31 - 00:00:39	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment</i> suntik <i>anti aging</i> oleh Dokter
6.	7	00:00:39 - 00:00:41	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment filler</i>
7.	8	00:00:41 - 00:00:50	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment filler</i> oleh Dokter
8.	9	00:00:50 - 00:00:52	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment skin booster</i>
9.	10	00:00:52 - 00:00:58	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment skin booster</i> oleh Dokter
10.	11	00:00:58 - 00:01:01	Menampilkan manager cabang memberikan penjelasan mengenai <i>treatment premium cell therapy</i>
11.	12	00:01:01 - 00:01:11	Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan <i>treatment premium cell therapy</i> oleh Dokter
12.	14	00:01:34 - 00:01:38	Menampilkan manager cabang mengajak konsumen dan calon konsumen untuk melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Leny <i>Skincare</i>

7. Penyusunan *Crew*

Terdapat pembagian tanggung jawab sesuai dengan *jobdesk* yang diberikan, dibutuhkan seorang Sutradara, *Script Writer*, Kameramen dan *Editor* yang terlibat dalam pembuatan suatu video. Dibawah merupakan struktur *crew* yang bertugas:

Tabel 5. Susunan *Crew*

No	Jobdesk	Nama	No	Jobdesk	Nama
1.	Sutradara	Shega Andyka	5.	Talent (Manager Cabang)	Reike Yurike
2.	Script Writer	Shega Andyka	6.	Talent (Pasien)	Valeria Nuriani
3.	Kameramen	Shega Andyka	7.	Talent (Dokter)	dr.Nazira
4.	Editor	Shega Andyka			

8. *Time Schedule*

Time Schedule merupakan sebuah penjadwalan waktu perancangan sebuah *project* yang berisi proses-proses yang akan dilakukan selama *project* tersebut berlangsung. Berikut merupakan *time schedule* Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Leny *Skincare* :

Tabel 6. *Time Schedule*

Tahapan		September	Oktober				November				Desember				Januari			
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PreProduction	Pengajuan Observasi	■																
	Pengumpulan Data		■															
	Analisis Data			■														
	Ide/Gagasan				■													
	Sinopsis/Cerita					■												
	Narasi						■											
	Storyboard							■										
	Script Writing								■									
	Rundown									■								
	Time Schedule										■							
Anggaran/Budget											■							
Production	Perencanaan Multimedia											■						
	Perencanaan Audio											■						
	Perencanaan Visual											■						
	Perencanaan Broadcasting											■						
Post Production	Digitizing																	
	Editing												■					
	Mixing												■					
	Finishing												■					
	Exporting												■					
	Segmen Pasar												■					

9. *Budget Produksi Media*

Dibawah merupakan tabel *budget* biaya produksi yang dibutuhkan dalam perancangan video promosi perawatan *anti aging* berbasis *live shoot* dan *motion graphic* pada Klinik Kecantikan Leny Skincare:

Tabel 7. *Budget Produksi Media*

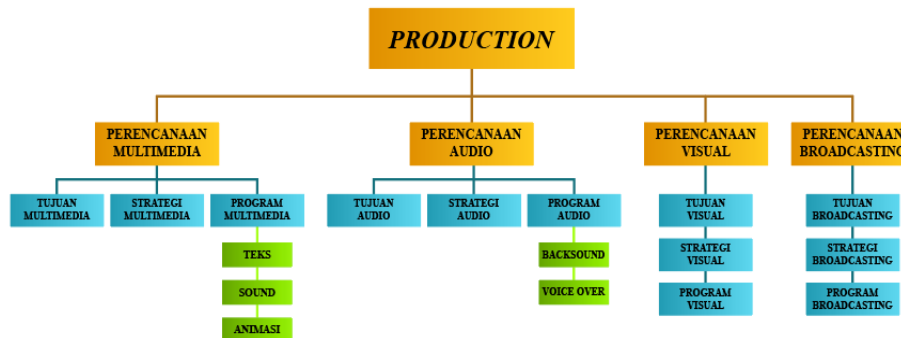
No.	Alat Produksi	Keterangan	Biaya Produksi
1.	Kamera Sony A6300	Sewa	@200.000 x 1 Hari = Rp. 200.000
2.	Baterai Sony A6300	Sewa	@25.000 x 1 Hari = Rp. 25.000
3.	Memory Card	Sewa	@45.000 x 1 Hari = Rp. 45.000
4.	Lensa Canon 50 mm	Sewa	@50.000 x 1 Hari = Rp. 50.000
5.	Tripod	Sewa	@30.000 x 1 Hari = Rp. 30.000
6.	Laptop Asus Vivobook A405U	Beli	Rp. 10.300.000
7.	Hardisk	Beli	Rp. 670.000
8.	Clip On Sennheiser	Sewa	@200.000 x 1 Hari = Rp. 200.000
9.	LED Yongnuo YN600L	Sewa	@100.000 x 1 Hari = Rp. 100.000
Total			Rp. 11.620.000

10. *Peralatan*

Untuk merealisasikan perancangan video promosi ini diperlukan peralatan penunjang seperti: Sony A6300, Lensa Sony 50mm, Tripod, Laptop Asus Vivobook A405U, DVD, Sennheiser Clip On, Adobe After Effect CC, Adobe Illustrator CC, Adobe Premiere Pro CC.

3.2. Production

Produksi merupakan tahapan selanjutnya setelah proses *Pre-Production* terselesaikan. Biasanya pada tahapan produksi ini dilakukan beberapa perencanaan (multimedia, *audio*, *visual* dan *broadcasting*)



Gambar 18. *Production*

1. Perencanaan *Multimedia*

Dalam perencanaan multimedia melibatkan penggabungan tiga elemen utama yaitu teks, gambar (*visual*), dan *audio* untuk menciptakan suatu media visual yang interaktif. Perancangan multimedia ini dibuat untuk memberikan informasi serta meningkatkan antusias konsumen pada perawatan *anti aging* di Klinik Leny *Skincare*. Terdapat tiga tahap dalam perencanaan ini, yaitu :

- Teks, Dalam perancangan video promosi ini jenis *font* yang dipilih untuk dipakai adalah *Comic Sans MS*, *Belleza* dan *Montserrat*.
- Sound*, Pada perancangan Video Promosi ini menggunakan *backsound* *Free Copyright Music Corporation Wavetoys*.
- Picture*, Dalam pembuatan Video Promosi ini jenis gambar *vektor* yang dipilih menggunakan elemen dengan format *.ai*, kemudian logo dengan format *.png*, foto *before-after* dengan format *.jpg*, serta hasil akhir video dengan format berupa *mp4*.

2. Perencanaan *Audio*

Perencanaan *audio* pada Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Leny *Skincare* sangat dibutuhkan untuk memberikan nuansa yang *fun* dan menambah daya tarik video tersebut, maka dari itu diperlukan sebuah *audio* dalam perancangannya. Berikut aspek dalam perencanaan *audio*, yaitu:

- Backsound* yang digunakan berjudul *Free Copyright Music Corporation Wavetoys*
- Voice over* digunakan untuk menyampaikan informasi, dan manfaat terkait paket perawatan *anti aging*, serta mengajak *audience* untuk menggunakan paket tersebut.

3. Perencanaan *Visual*

Perencanaan *visual* merupakan proses mengubah sebuah konsep dan ide telah disiapkan sebelumnya menjadi sebuah tampilan video dengan menyatukan beberapa elemen *visual* seperti teks, gambar (*animasi*) maupun efek.

4. Perencanaan *Broadcasting*

Tahapan terakhir dari proses produksi yaitu perencanaan *broadcasting* yang didalamnya terdapat tujuan serta strategi *broadcasting* yang akan diimplementasikan untuk video promosi perawatan *anti aging* di Klinik Leny *Skincare*. Berikut merupakan perencanaan *broadcasting* video promosi ini:

- Tujuan *broadcasting* dalam Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Leny *Skincare* memiliki tujuan untuk meningkatkan minat konsumen dengan cakupan yang lebih luas.

- b. Video akan diimplementasikan pada platform sosial media *youtube* Klinik Kecantikan *Leny Skincare*.

Program Visual

Aplikasi pendukung yang digunakan dalam perancangan Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik *Leny Skincare*, yaitu: *Adobe Illustrator CC*, *Adobe After Effect CC*, *Adobe Premiere Pro CC*.



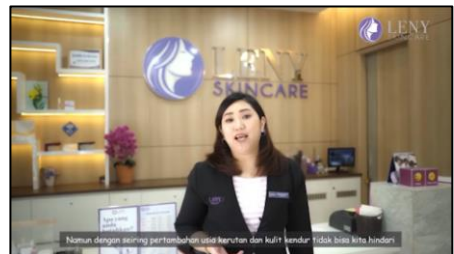
Gambar 19. *Scene 1 / Menampilkan bumper logo Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 20. *Scene 2 / Day / Ext / Low Angle / Menampilkan timelapse gedung Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 21. *Scene 3 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan pengenalan Manager Cabang Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 22. *Scene 4 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan penjelasan informasi mengenai solusi masalah penuaan dini dan paket perawatan anti aging*



Gambar 23. *Scene 5 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment suntik anti aging*



Gambar 24. *Scene 6 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment suntik anti aging oleh Dokter*



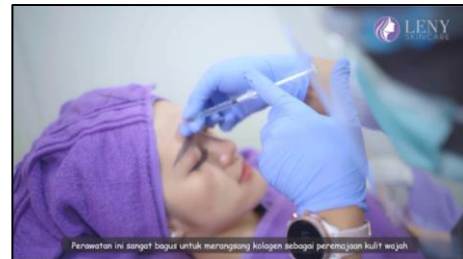
Gambar 25. *Scene 7 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan mengenai treatment filler*



Gambar 26. *Scene 8 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien yang sedang mendapatkan treatment filler oleh Dokter*



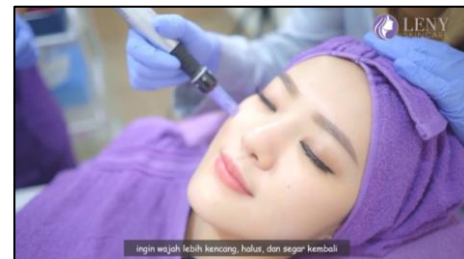
Gambar 27. *Scene 9 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment skin booster*



Gambar 28. *Scene 10 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien sedang mendapatkan treatment skin booster oleh Dokter*



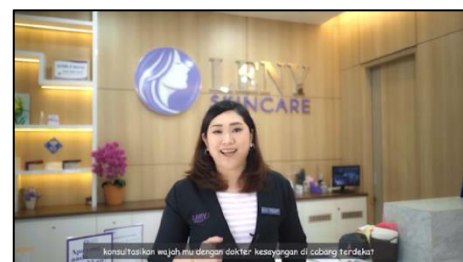
Gambar 29. *Scene 11 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang menjelaskan treatment premium cell therapy*



Gambar 30. *Scene 12 / Day / Int / High Angle / Menampilkan pasien mendapatkan treatment premium cell therapy oleh Dokter*



Gambar 31. *Scene 13 / Menampilkan before-after konsumen yang telah mendapatkan treatment paket anti aging*



Gambar 32. *Scene 14 / Day / Int / Eye Level / Menampilkan manager cabang mengajak untuk melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Leny Skincare*



Gambar 33. *Scene 15* / Menampilkan logo dan kontak cabang-cabang Klinik Kecantikan Leny Skincare

3.3. *Post Production*

Tahap *Post-Production* merupakan tahap akhir dalam sebuah produksi video promosi, tahapan ini berfungsi untuk penyempurnaan dari semua tahapan yang telah dilakukan, Tahap *post-production* terdiri dari *Digitizing*, *Editing*, *Mixing*, *Finishing*, *Exporting*, dan Segmen Pasar.



Gambar 34. *Post Production*

1. *Digitizing*

Digitizing merupakan proses mentransfer data berupa *image* atau video ke laptop atau perangkat komputer, perpindahan data ini berfungsi untuk menjaga keamanan file dalam meminimalisir hal yang tidak diinginkan.

2. *Editing*

Dalam proses *editing* ini membutuhkan jangka waktu yang relatif panjang dikarenakan pada langkah perancangan ini banyak elemen yang harus disatukan menjadi sebuah kesatuan informasi agar selaras dengan kebutuhan yang diinginkan. *Software editing* dalam perancangan video promosi ini adalah *Adobe Premiere Pro CC* kemudian dikombinasikan dengan *Adobe Illustrator CC* dan *Adobe After Effects CC* untuk penambahan *motion* atau animasi.

3. *Mixing*

Mixing merupakan proses penggabungan audio pada saat *editing* yang disesuaikan dengan naskah, meliputi *voice over* dan *backsound* yang menarik. *Software* yang digunakan adalah *Adobe Premiere CC*.

4. *Finishing*

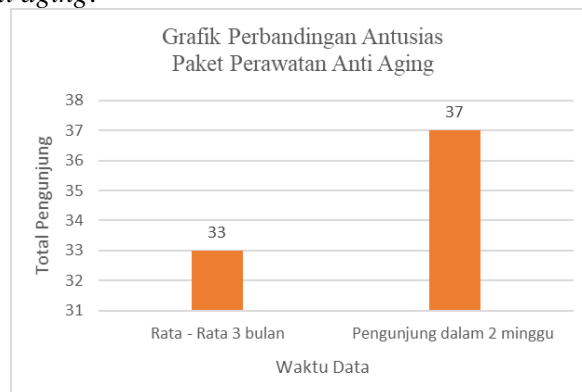
Pada tahapan ini, setelah video, unsur *motion graphic* dan audio sudah digabungkan menjadi satu kesatuan akan dilakukan pengecekan kembali atau *review* agar sesuai dengan konsep dan ide yang sudah ditentukan.

5. *Exporting*

Tahapan akhir dalam *post-production* yaitu proses *exporting*. Proses ini berfungsi untuk mengubah sebuah video promosi ke dalam bentuk *mp4* dengan kualitas *High Quality* dengan resolusi *1920 x 1080 HD*. *Software* yang digunakan adalah *Adobe Premiere CC*.

6. Segmen Pasar

Pada tahap ini akan ditentukan target informasi dan penyebaran video promosi ke jangkauan konsumen dan calon konsumen Klinik Kecantikan Leny *Skincare*. Target konsumen paket perawatan *anti aging* Klinik Kecantikan Leny *Skincare* ini khususnya ibu rumah tangga dan mahasiswa dengan rentang usia 20-50 tahun. Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare* sudah diimplementasikan melalui kanal *youtube* “Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Citra Raya” dan telah ditonton oleh 166 *viewers*. Berikut merupakan grafik perbandingan antusias pada paket perawatan *anti aging*:



Gambar 35. Grafik Perbandingan Antusias Paket Perawatan *Anti Aging*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas, didapatkan kesimpulan dari setiap rumusan masalah yaitu, Konsep yang diperlukan dalam Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare* adalah konsep *live shoot* dan *motion graphic* yang dapat memudahkan pemahaman *audience* dalam menerima informasi karena memberikan gambaran secara langsung keadaan sebenarnya yang dilengkapi dengan *motion*, ilustrasi dan audio yang menarik. Terdapat beberapa informasi yang ingin disampaikan Klinik Kecantikan Leny *Skincare* kepada konsumen dan calon konsumennya dalam upaya meningkatkan antusias terhadap paket perawatan *anti aging*. Oleh karena itu, diperlukannya penyampaian informasi seputar jasa yang ditawarkan Klinik Kecantikan Leny *Skincare* Tangerang berupa penjelasan informasi mengenai paket perawatan *anti aging*, penjelasan manfaat dari setiap *treatment* yang ada pada paket perawatan *anti aging*, *before-after* perawatan *anti aging* dan informasi penting lainnya. Merancang media video promosi dapat memberikan manfaat terhadap Klinik Leny *Skincare* khususnya pada perawatan *anti aging* yaitu dengan hadirnya video promosi yang dibuat dengan konsep menarik dan disampaikan secara komprehensif kepada pelanggan dan calon pelanggan melalui media sosial dengan cakupan yang luas dalam menjangkau *audience* seperti melalui kanal *youtube* “Klinik Leny *Skincare* Citra Raya”, diharapkan dapat mampu memberikan manfaat dan membantu kepada *stakeholder* dalam menginformasikan dan mempromosikan paket perawatan *anti aging* dengan konsep “nyata” dan menarik.

5. SARAN

Dari temuan yang diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang bisa diberikan penulis untuk Klinik Kecantikan Leny *Skincare*, sebagai berikut: Dengan adanya Video Promosi Perawatan *Anti Aging* di Klinik Kecantikan Leny *Skincare*, dapat memberikan variatif media penunjang promosi dengan lebih banyak ruang kreatif. Dalam perancangan video promosi berbasis *live shoot* dan *motion graphic* perlu memperhatikan beberapa aspek dimulai dari segi konsep, ide serta informasi yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Klinik Kecantikan Leny *Skincare*.

Agar setiap sajian informasi dan promosi harus selalu dilakukan update secara berkala dan ditampilkan dengan konsep yang berbeda agar tidak terkesan monoton dan tetap menarik untuk dilihat atau diakses. Dalam penyampaian video promosi perlu diperhatikan perluasan cakupan ke lebih banyak *platform* media sosial masa kini, contohnya seperti media *platform youtube* yang memiliki cakupan yang luas untuk mencapai segmentasi pasar yang diharapkan dan mendongkrak antusias pelanggan pada paket *anti aging* dan Klinik Kecantikan Leny *Skincare* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yuliati, T. 2020, "*Film Pendek Masyarakat Daerah Pinggir Kota Dumai dengan Penggabungan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics.*" Riau: Sekolah Tinggi Teknologi Dumai. ISSN: 2580-3042. Vol.12, No. 1: 29
- [2] Refanti, N. 2020, "*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pasien SAM Skin Clinic Jl. Magetan No. 22 GKB, Gresik)*" Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik*). Hal: 1
- [3] Sunarya, L, dkk. 2020, "*Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Pondok Pesantren Al-Bayan Rangkasbitung Kabupaten Lebak.*" Tangerang: Universitas Raharja. *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 2(1), 13-26.
- [4] Deli, D, dkk. 2021, "*Perancangan Video Testimoni Miracle Male Aesthetic Treatment.*" Batam: Universitas Internasional Batam. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, E-ISSN: 2407 - 3911. Vol. 7, No. 3: 217-222
- [5] Rizal, M, dkk. 2019, "*Perancangan Company Profile Motion Graphic Sebagai Media Promosi Klinik Hilal Medika Makassar.*" Makassar: STMIK AKBA & UIN Alauddin. *Jurnal Teknik Informatika, SENSITIF 2019*. ISBN: 978-623-92939-0-2, 981-987
- [6] Purwanto, H, dkk. 2018, "*Perancangan Video Iklan Televisi layanan Masyarakat "Ayo Berbelanja ke Pasar Tradisional" dengan metode Live Shoot.*" Yogyakarta: STMIK AMIKOM Yogyakarta. *Jurnal Explore STMIK Mataram*, ISSN: 2807-894. Vol 8, No. 2: 52-56
- [7] Fajar, I, dkk. 2017, "*Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok.*" Padang: Universitas Negeri Padang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, ISSN: 2302-3228. Vol. 5, No. 2: 19
- [8] Arifin, Z. 2017, "*Perancangan Video Promosi Diandra Anti Aging & Aesthetic Clinic Melalui Media Sosial Instagram.*" Surabaya: STMIK Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Informatika*. 49-61