

Media Video Promosi D'Masiv Pada PT. Masiv Satu Visi

Aris Martono*¹, Nur Fikri Harits², Indah Choirunnisa³

^{*123}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi, Universitas Raharja
Email: ^{*1}aris.martono@raharja.info, ²fikri.harits@raharja.info, ³indah.choiru@raharja.info

Abstrak

Media promosi sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran pada suatu bisnis. Media yang digunakan pada PT. Masif Satu Visi sebelumnya untuk menyampaikan informasi lalu mempublikasikan D'Masiv hanya melewati social media, siaran radio dan channel youtube belum memberikan informasi secara lengkap. Promosi sebelumnya yang dilakukan dimedia sosial juga, hanya berisi foto-foto kegiatan yang dinilai masih sangat sederhana, sehingga menimbulkan kurangnya minat dalam penyampaian informasi. PT. Masif saat ini berada pada Satu Visi sangat membutuhkan video promosi melalui media video, warna dan teks informasi yang lebih jelas dan menarik. Khususnya dalam bidang publikasi, yang nantinya akan di sebar luaskan kepada masyarakat. Adapun data-data yang digunakan video promosi ini, bahwa perancangan ini, terdapat metode penelitian yang digunakan : studi pustaka, perancangan media analisis SWOT, konsep produksi media (KPM) dan observasi wawancara (interview),. Lalu dibutuhkan adanya media video promosi, yang memiliki tujuan guna memperkenalkan keseluruhan yang ada dari D'Masiv, agar masyarakat yang melihat dapat tertarik untuk mengajak di acara event dan relasi lainnya, hasil dari perancangan media promosi ini diharapkan akan menciptakan peluang bagi PT. Masif Satu Visi.

Kata Kunci – Video, Promosi, Informasi.

Abstract

Media promotion is very influential on the marketing strategy of a business. The media used at PT. The previous Massive One Vision was to convey information and then publish D'Masiv only through social media, radio broadcasts and the youtube channel did not provide complete information. Previous promotions carried out on social media also only contained photos of activities which were considered very simple, thus causing a lack of interest in conveying information. PT. Massive is currently in One Vision, in dire need of promotional videos through video media, colors and information text that are clearer and more attractive. Especially in the field of publication, which will later be disseminated to the public. The data used in this promotional video, that in this design, there are research methods used: literature study, SWOT analysis media design, media production concept (KPM) and interview observations (interviews). Then it is necessary to have a promotional video media, which has the aim of introducing all that exists from D'Masiv, so that people who see it can be interested in inviting them to other events and relationships, the results of this promotional media design are expected to create opportunities for PT. Massive One Vision.

Keywords – Video, Promotion, Information

1. PENDAHULUAN

Sebuah kegiatan mempromosikan berupa kegiatan memberikan penawaran produk atau jasa dalam bentuk informasi yang bisa disajikan untuk konsumen. Strategi yang digunakan masing-masing perusahaan tentunya berbeda- beda tergantung jenis target market mereka yang akan dicapai.

Saat ini, banyak sekali jenis media promosi mulai dari media cetak maupun elektronik, media yang berperan sangat penting dalam strategi promosi adalah media video, yang terdapat *effect visual, visual, dan audio*, dengan penyampaian informasi yang lebih sempurna dan *update*, sehingga bisa membantu perusahaan dalam kegiatan promosinya.

PT. Masif Satu Visi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu menaungi para musisi yang ingin berkarya, yang berlokasi di Jl. Ciledug Raya No. 4d, RT.10/RW.2, Petungkang Utara, Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12260. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2020 dan menaungi grup band yang bernama D'Masiv, yang sudah berkecimpung pada dunia musik selama kurang lebih 18 tahun, sejak tahun 2003. Berdasarkan wawancara dengan stakeholder, event-event konser D'Masiv sendiri sudah mengikuti banyak event yang berlangsung di 34 Provinsi di Indonesia. Sejak adanya *pandemic covid-19 perform off air* D'Masiv mengalami penurunan drastis jika dibandingkan tahun sebelumnya dikarenakan adanya *lock down* dan pembatasan sosial berskala besar.

Pembahasan yang ada di PT. Masif Satu Visi mempromosikan grup band hanya melalui *channel youtube, social media*, siaran radio dan televisi. Namun yang dipromosikan hanya album, serta konser D'Masiv saja belum mempublikasikan keseluruhannya.

Maka dari itu dibutuhkan strategi penyusunan media video promosi, yang berniat untuk memperkenalkan profil D'Masiv seluruhnya, serta membuat konsumen tertarik untuk mengajak konser *off air*.

Melalui video promosi ini, diinginkan adanya penambahan jumlah *perform off air*. Maka penelitian ini diberi judul "Media Video Promosi D'Masiv Pada PT. Masiv Satu Visi".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sumber informasi yang diperlukan pada penulisan ini terkait video promosi ini, dengan memakai beberapa metode penelitian, *studi* pustaka, perancangan media analisis SWOT, konsep produksi media (KPM) dan observasi wawancara perancangan ini memakai *software Adobe After Effect 2022, Adobe Audition 2022, dan Premiere Pro 2022*, dan KPM yang terdiri dari *post production, production, pre production*

Literature Review

1. Arini & Nono Wibisono (2022)^[1] "*Perancangan Video Promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness Romantic Garden Pinus Di Instagram*" Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menunjukkan pembuatan konten video yang interaktif dapat meningkatkan kesadaran merek jika dilakukan secara konsisten.
2. Utama dan Ramlan (2022)^[2] "*Perancangan Media Promosi Waduk Jatigede Melalui Video*" tujuan dari penelitian ini adalah Tujuan Penelitian ini adalah untuk memajukan kawasan wisata di daerah Waduk Jatigede agar masyarakat lokal mengetahui bahwa Waduk Jatigede tidak hanya sekedar bendungan terbesar kedua di Indonesia namun Waduk Jatigede pun memiliki potensi wisata yang cukup banyak.
3. Panegak, dkk (2021)^[3]. Yang berjudul "*Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan*" dengan tujuan merancang video promosi Batik Desa Sendangduwur serta media pendukungnya.
4. Rizal, Dkk (2021)^[4] penelitian ini yang berjudul "*Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Stmik Akba.*" Yang bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan media promosi STMIK AKBA dalam bentuk video animasi *motion graphic* agar lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Sulawesi Selatan.
5. Desrianti, Dkk (2022)^[5] "*Media Video Sebagai Sarana Promosi Pada Nite & Day Residence Alam Sutera*". Tujuan dari pengembangan video promosi ini adalah untuk membantu *Milestone Pacific Hotel Group (MPHG)* dalam memberikan informasi dan promosi yang akan di *update* dengan penjelasan tentang fasilitas serta pelayanan yang

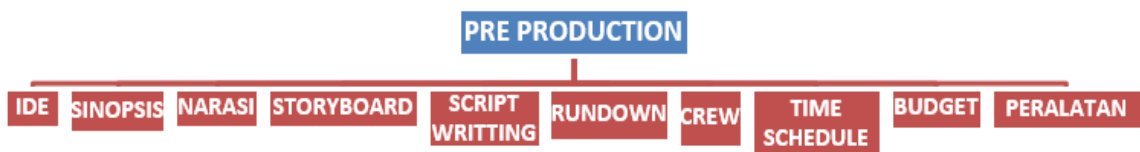
ada di *Nite & Day Residence* Alam Sutera dan akan dikemas dengan video yang menarik serta kreatif.

6. Dian Triadi Sya dan Purba Rinanda (2021) ^[6] “*Pembuatan Video Promosi UMKM Hendy Hendycraft*”. Dengan tujuan Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Preproduction*

Preproduction adalah proses awal untuk mempersiapkan elemen-elemen yang akan terlibat dalam produksi video *Blended Learning* ini. Pada tahap *Preproduction* terdiri dari 10 tahap yaitu: ide, sinopsis, narasi, *storyboard*, *script writing*, *rundown*, *crew*, *time schedule*, anggaran / *budget*, dan peralatan yang digunakan.



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan
Proses pra produksi, yang dimulai pengumpulan data dan elemen yang berkaitan dengan penentuan ide atau gagasan terlebih dahulu, sebelum proses produksi pembuatan media video dibuat, untuk menunjang proses Perancangan Media Video Promosi D’Masiv.
2. Sinopsis merupakan bagian dari jalan cerita yang menghubungkan jalan cerita pertama hingga terakhir, dan digabungkan agar menjadi satu jalan cerita yang menarik.

“Dimulai dari menunjukkan intro bumper logo PT. Masif Satu Visi, selanjutnya menampilkan profil dari PT. Masif Satu Visi. Lalu menampilkan motion graphic pengenalan D’Masiv dilanjut dengan menampilkan visi dan misi D’Masiv. Setelah itu menampilkan profil Rian Ekky Pradipta, lalu menampilkan profil Dwiki Aditya Marshall. Dilanjut dengan profil Nurul Damar Ramadan, setelah itu menampilkan profil Rayyi Kurniawan Iskandar Dinata dan menampilkan profil Wahyu Piadji. Setelah menampilkan semua profil para personil dilanjut dengan menampilkan footage kegiatan kebersamaan personil D’Masiv, lalu dilanjut dengan menampilkan footage kegiatan saat rekaman. Setelah itu menampilkan footage album D’Masiv. Selanjutnya menampilkan footage D’Masiv diatas panggung dan dilanjut dengan menampilkan footage pencapaian *AMI awards 2010*. Lalu menampilkan footage *Arthur’s day festival* dilanjut dengan footage pencapaian D’masiv saat rekaman di *Abbey Road*. Setelah 52 itu menampilkan motion graphic sosial media D’Masiv dan dilanjut dengan menampilkan *contact person* D’Masiv. Terakhir menampilkan *bumper out* logo D’Masiv sebagai penutup.”

3. Narasi
Narasi adalah sebuah rangkaian peristiwa yang telah dijabarkan sesuai dengan urutan. Adapun narasi dari media video ini yaitu:

“*PT. Masif Satu Visi merupakan perusahaan yang didirikan oleh grup band D’Masiv pada tahun dua ribu dua puluh yang bergerak di bidang jasa / untuk menaungi para musisi yang ingin berkarya // D’Masiv / grup band bergenre pop yang berdiri pada tanggal Tiga Maret Dua Ribu Tiga dan mulai menggarungi industri musik sejak tahun Dua Ribu Tujuh*

/ dengan visi dan misi// D'masiv sendiri di gawangi oleh Rian Ekky Pradipta atau Rian sebagai vokalis / Dwikki Aditya Marshall atau Kiki sebagai gitaris / Nurul Damar Ramadan atau Rama sebagai gitaris / Rayyi Kurniawan Iskandar Dinata atau Rai sebagai bassis dan Wahyu Piadji atau Wahyu sebagai drummer // Kegiatan D'Masiv terbilang cukup padat / disela-sela kesibukan/ mereka tetap membuat lagu dan album untuk para penggemar musik mereka// Sudah sembilan album yang mereka ciptakan yaitu enam album Perubahan/ Perjalanan / Persiapan / Hidup Lebih Indah / D'masiv Orange Album / Love/ dan tiga album special project yaitu / D'Masiv Jazz Project Dua Ribu Tiga Belas / D'Masiv Live Abbey Road Acoustic / dan D'Masiv Live Abbey Road Electric / serta akan launching album baru yang masih dirahasiakan // D'Masiv sudah memiliki banyak pencapaian diantaranya yaitu / mendapatkan nominasi AMI Awards pada tahun Dua Ribu Sepuluh/ Menang Guinness Arthur's Day Festival lalu perform di Ivy House Dublin Bersama band The Script / dan pencapaian terbesar yaitu bisa rekaman di abbey road studio's London // Jika kalian ingin mengetahui lebih banyak kegiatan dari D'Masiv / kalian dapat mengikuti sosial medianya berikut // dan jika kalian ingin mengundang D'masiv kalian bisa mendapatkan info melalui contact person berikut ///”

4. Storyboard

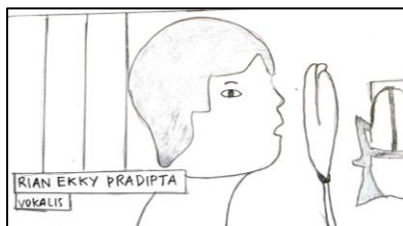
Storyboard merupakan gambar yang telah disusun secara berurutan sesuai hasil shooting yang telah dilakukan setiap adegannya lalu divisualisasikan ke bentuk sketsa gambar.



Gambar 2. Scene 1/Bumper Opening logo PT. Masif Satu Visi,



Gambar 3. Scene 2/ INT/ Day/Long Shot/ Menampilkan profil PT. Masif Satu Visi



Gambar 4 Scene 3/ INT/ Day/ Close Up/ Menampilkan profil Rian Ekky Pradipta



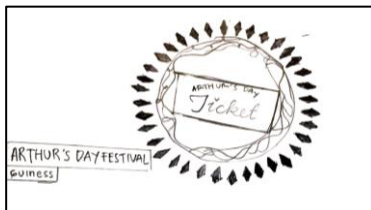
Gambar 5 Scene 4/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan footage kegiatan kebersamaan personil D'Masiv untuk memberi informasi kegiatan yang dilakukan



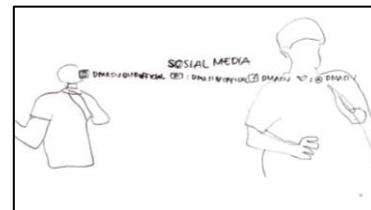
Gambar 6 Scene 5/ INT/ Day/ Two Shot/ Menampilkan *footage* album D'Masiv untuk memberikan informasi album yang sudah dibuat oleh D'Masiv



Gambar 7 Scene 6/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan *footage* pencapaian AMI Awards 2010 untuk memberikan informasi pencapaian yang sudah dicapai



Gambar 8 Scene 7/ Menampilkan *Footage Guinness Arthurs Day Festival* Untuk Memberikan Informasi Pencapaian Yang Sudah Dicapai



Gambar 9 Scene 8/ INT/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan *motion graphic social media* D'Masiv untuk memberikan info sosial media yang D'masiv miliki



Gambar 10 Scene 9/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan *contact person* D'Masiv untuk memberikan info *contact person* yang dapat dihubungi



Gambar 11 Scene 10/ EXT/ Day/ Long Shot/ Bumper out logo D'masiv

5. Script Writing

Merupakan pencatatan naskah dengan detail dalam proses penulisan cerita yang di dalamnya berupa ide atau gagasan yang sudah dibuat dan menjadi sebuah konsep yang menarik. Berikut ini adalah *script writing* media video promosi:

Tabel 2. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1	Menampilkan <i>video intro Bumper</i>	Musik
2	Menampilkan profil PT. Masif Satu Visi	<i>PT. Masif Satu Visi merupakan perusahaan yang didirikan oleh grup band D'Masiv pada tahun Dua Ribu Dua Puluh yang bergerak di bidang jasa / untuk menaungi para musisi yang ingin berkarya //</i>
3	Menampilkan <i>Motion graphic</i> pengenalan D'masiv	<i>D'Masiv / grup band bergenre pop yang berdiri pada tanggal Tiga Maret Dua Ribu Tiga dan mulai mengarungi industri musik sejak tahun Dua Ribu Tujuh/</i>

4	Menampilkan Visi dan Misi D'Masiv	<i>dengan visi. & misi //</i>
5	Menampilkan profil Rian Ekky Pradipta	<i>D'masiv sendiri di gawangi oleh Rian EkkyPradipta atau Rian sebagai vokalis /</i>
6	Menampilkan profil Dwikki AdityaMarshall	<i>Dwikki Aditya Marshall atau Kiki sebagai gitaris/</i>
7	Menampilkan profil Nurul Damar Ramadan	<i>Nurul Damar Ramadan atau Rama sebagai gitaris /</i>
8	Menampilkan profil Rayyi Kurniawan Iskandar Dinata	<i>Rayyi Kurniawan Iskandar Dinata atau Rai sebagai bassis /</i>
9	Menampilkan profil Wahyu Piadji	<i>Wahyu Piadji atau Wahyu sebagai drummer//</i>
10	Menampilkan <i>footage</i> kegiatan kebersamaan personil D'Masiv	<i>Kegiatan D'Masiv terbilang cukup padat /disela-sela kesibukan / mereka tetap membuat lagu dan album untuk para penggemar music mereka //</i>
11	Menampilkan <i>footage</i> kegiatan saat rekaman	<i>Sudah sembilan album yang mereka ciptakan yaitu</i>
12	Menampilkan <i>footage</i> album D'Masiv	<i>Enam album Perubahan /Perjalanan / Persiapan / Hidup Lebih Indah /D'masiv Orange Album/ Love / dan Tiga album special project diantaranya / D'Masiv Jazz Project Dua ribu Tiga Belas / D'Masiv Live Abbey Road Accoustic / dan D'Masiv Live Abbey Road Electric / serta akan launching album baru yang masih dirahasiakan//</i>
13	Menampilkan footage D'Masiv di atas panggung	<i>D'Masiv sudah memiliki banyak pencapaiandiantaranya yaitu /</i>
14	Menampilkan <i>footage</i> pencapaian AMI Awards 2010	<i>mendapatkan nominasi AMI Awards pada tahun Dua Ribu Sepuluh /</i>
15	Menampilkan <i>footage</i> Guinness ArthursDay Festival	<i>Menang Guinness Arthur's Day Festival lalu perform di Ivy House Dublin Bersama bandThe Script /</i>
16	Menampilkan <i>footage</i> pencapaian D'masiv saat rekaman di Abbey Road	<i>dan pencapaian terbesar yaitu bisa rekaman di abbey road studio's London//</i>
17	Menampilkan <i>Motion graphic</i> sosialmedia D'masiv	<i>Jika kalian ingin mengetahui lebih banyakkegiatan dari D'Masiv / kalian dapat mengikuti sosial medianya berikut//</i>
18	Menampilkan <i>contact person</i> D'masiv	<i>dan jika kalian ingin mengundang D'masiv kalian bisa mendapatkan info melalui contact person berikut ///</i>
19	Menampilkan <i>Bumper Out</i>	Musik

6. *Rundown*

Adalah urutan acara yang telah disesuaikan dengan durasi pada saat proses produksi dilakukan sehingga, dengan adanya penyusunan *rundown ini* dapat memperlancar proses pelaksanaan yang akan dilakukan. Berikut ini adalah *rundown* dari media video promosi:

Tabel 3. Rundown

No	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1	10	Di atas panggung	00:02:58-00:03:05	EXT	Menampilkan Visi dan Misi D'Masiv
2	2	Di atas panggung	00:00:05-00:00:27	INT	Menampilkan Profile PT. Masif Satu Visi
3	3	Di Studio Recording	00:00:46-00:00:55	INT	Menampilkan Profile Rian Ekky Pradipta
4	4	Di Studio Musik	00:01:33-00:01:43	INT	Menampilkan Footage Kegiatan Kebersamaan Personil D'Masiv
5	5	Di Studio Recording	00:01:55-00:02:07	INT	Menampilkan Footage Album D'Masiv
6	6	Di Studio RCTI	00:02:17-00:02:21	INT	Menampilkan Footage Pencapaian AMI Awards 2010
7	8	Di Studio Musik	00:02:37-00:02:48	INT	Menampilkan Motion Graphic Sosial Media D'Masiv
8	9	Di atas panggung	00:02:48-00:02:58	INT	Menampilkan Contact person D'Masiv

7. Penyusunan Crew

Adalah beberapa orang yang terjun ke proses produksi yang berjalan. Dalam proses produksi ini menginginkan adanya crew diantaranya : *editor, script writer, kameramen, voice over, asisten kameramen, sutradara, dan talent*. Berikut adalah susunan *crew* :

Tabel 4. Susunan Crew

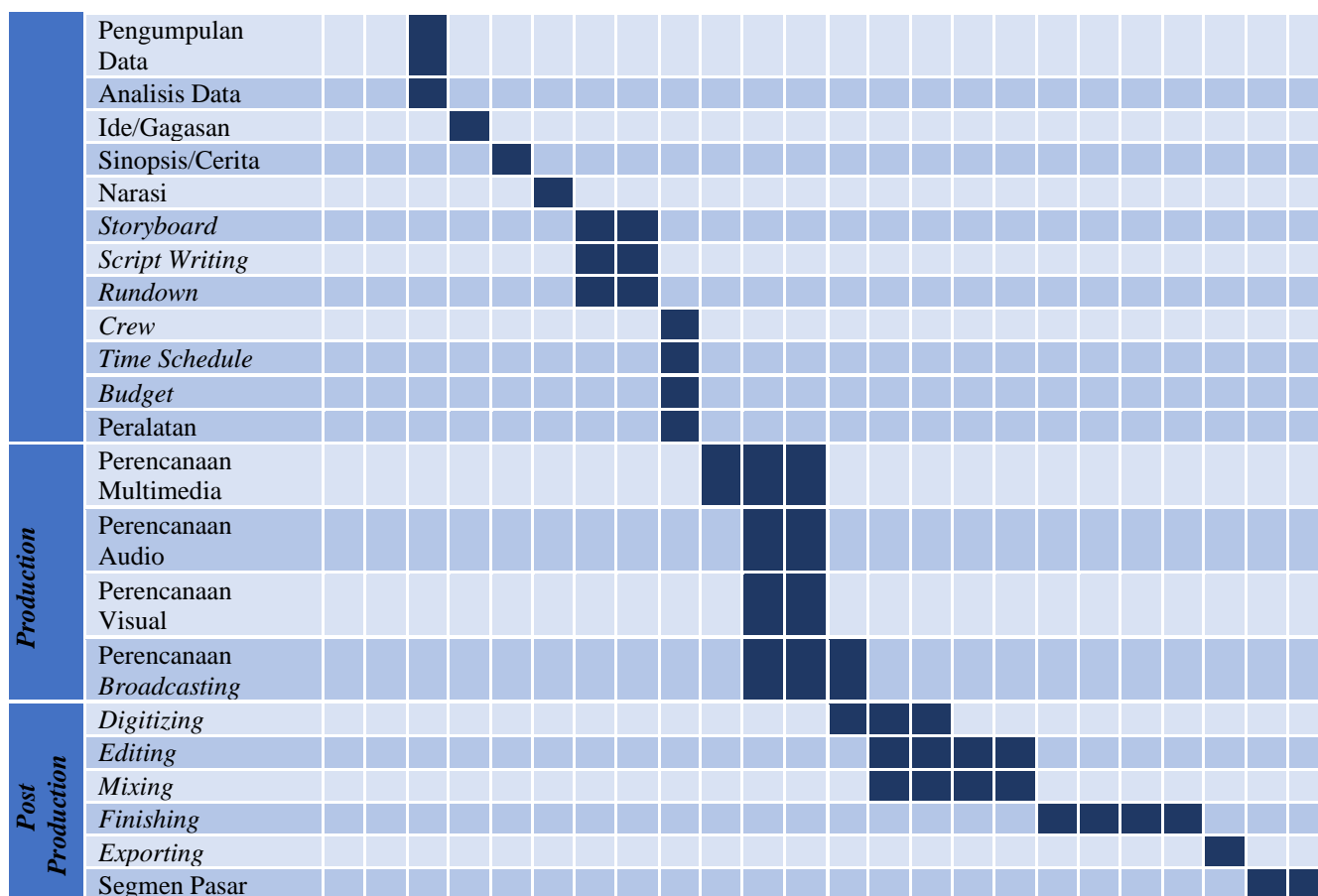
No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Nur Fikri Harits
2.	Kameramen	Nur Fikri Harits
3.	Asisten Kameramen	Aji Cahyo
4.	Talent	Personil D'Masiv
5.	Voice Over	Nur Fikri Harits
6.	Script Writer	Nur Fikri Harits
7.	Editor	Nur Fikri Harits

8. Time Schedule

Adalah pembentukan jadwal yang terdapat gambaran waktu untuk mengatur pekerjaan yang telah ditentukan. Berikut ini gambaran *time schedule* :

Tabel 5. Time Schedule

Tahapan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	2021				2021				2021				2021				2022				2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Obsevasi																								



9. Budget

merupakan pengeluaran yang telah digunakan selama produksi berlangsung dan dapat meminimalisir pengeluaran harga peralatan yang akan digunakan pada saat produksi. Berikut rincian anggaran atau *budget* produksi selama produksi perancangan video promosi:

Tabel 6. *Budget* Produksi Media

No	Alat Produksi	Qty	Hari	Ket.	Biaya
1	Biaya Observasi	-	3	-	@Rp. 30.000 Rp. 30.000 X 3 Hari = Rp. 90.000
2	Biaya Konsumsi Crew	2 Orang	2	-	@Rp. 25.000 Rp. 25.000 x 2 = 50.000 X 2 Hari = Rp. 100.000
3	Kamera Sony A7Mark II	1 Pcs	2	Sewa	@Rp. 400.000 Rp. 400.000 x 2 = Rp. 800.000
4	Lensa Sony 35mm	1 Pcs	2	Sewa	@Rp. 150.000 Rp. 150.000 X 2 Hari = Rp. 300.000
5	Lensa Kit	1 Pcs	2	Sewa	@Rp. 50.000 Rp. 50.000 X 2 Hari = Rp. 100.000

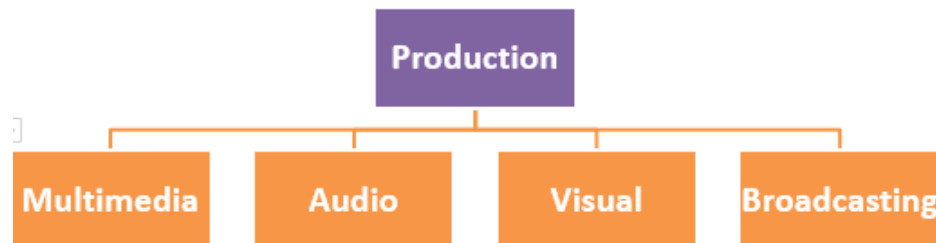
6	<i>Laptop MacBook Pro M1 2020</i>	1 Pcs	-	Milik Sendiri	-
7	<i>Harddisk Seagate 4TB</i>	1 Pcs	-	Milik Sendiri	-
8	Kartu Memori 32 GB	1 Pcs	-	Milik Sendiri	-
9	<i>DVD</i>	2 Pcs	-	Beli	@Rp. 25.000 Rp. 25.000 X 2 = Rp. 50.000
10	<i>MIC Zoom Q26</i>	1 Pcs	2	Sewa	@Rp. 100.000 Rp. 100.000 X 2 Hari = Rp. 200.000
Total					Rp. 1.640.000

10. Peralatan

Proses perancangan ini memakai sebagian alat seperti Kamera Sony A7 mark II, lensa Sony 35 mm, lensa kit, laptop *MacBook Pro M1 2020*, *Hardisk Seagate 4TB*, kartu memori 32 GB, DVD, Mic Zoom Q2n

3.2. Production

Production adalah suatu proses berupa tahap penyusunan serta pengeditan yang menghasilkan suatu project video yang terdapat perencanaan audio, perencanaan multimedia, perencanaan broadcasting, dan perencanaan visual.



Gambar 12. *Production*

1. Perencanaan multimedia suatu gabungan dari 3 elemen yaitu suara, gambar, dan teks yang nantinya akan mewujudkan suatu gambar.
 - a. berdasarkan kebutuhan perusahaan yang berkeinginan untuk memperkenalkan profil keseluruhan dan prestasi pada D' masiv.
 - b. Strategi multimedia yang diterapkan pada media video promosi D'Masiv merupakan tampilan visual dalam bentuk video dan audio yang memberikan informasi tentang profil keseluruhan dan pencapaiannya
 - c. Dalam program multimedia memakai software yang dipakai yaitu *Adobe Premiere Pro 2022*, *Adobe Audition 2022*, dan *Adobe After Effect 2022*. Berikut tiga tahapan dalam program multimedia, teks, *sound*, *picture*.
2. Perencanaan *audio* sangat dibutuhkan, agar penyampaian suatu informasi yang berbentuk suara ini akan menghasilkan suatu video yang informatif dan komunikatif dalam penyampaian ke audience

- a. Dengan adanya media video promosi D'Masiv yang menarik serta *informatif* maka para calon *client*, *event organizer*, *fanbase* dan juga masyarakat bisa lebih tertarik dalam mengundang D'Masiv.
 - b. Strategi audio yang dipakai untuk pembuatan media video promosi ini dengan memakai voice over guna menjelaskan semua informasi
 - c. Program *audio* yang digunakan sebagai backsound lagu-lagu D'Masiv *Adobe Audition 2022* dan menggunakan rekaman *voice over* yang digunakan saat proses *editing* menggunakan *Adobe Premier Pro Cc 2022*.
3. Perencanaan visual adalah perencanaan dalam tampilan video yang akan memberikan kesan visualisasi untuk digunakan sebagai media informasi dan promosi D'Masiv.
4. Tujuan adanya program broadcasting ini adalah untuk menjangkau audience yang lebih luas
- a. Video akan diimplementasikan melalui Media sosial yaitu instagram D'Masiv: “@dmasivbandofficial”, *Official Youtube* D'Masiv: “d'Masiv”, *twitter* D'Masiv: “@dmasiv, Media facebook D'Masiv: “D'MASIV”
 - b. Video promosi yang di simpan ke dalam DVD dan dimanfaatkan saat presentasi perusahaan dengan *event organizer* dan relasi perusahaan. Berikut adalah visualisasi dari video promosi D'Masiv :



Gambar 13. Scene 1/Bumper Opening logo PT. Masif Satu Visi,



Gambar 14. Scene 2/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan profil PT. Masif Satu Visi



Gambar 15 Scene 3/ INT/ Day/ Close Up/ Menampilkan profil Rian Ekky Pradipta



Gambar 16 Scene 4/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan footage kegiatan kebersamaan personil D'Masiv untuk memberi informasi kegiatan yang dilakukan



Gambar 17 Scene 5/ INT/ Day/ Two Shot/ Menampilkan footage album D'Masiv untuk memberikan informasi album yang sudah dibuat oleh D'Masiv



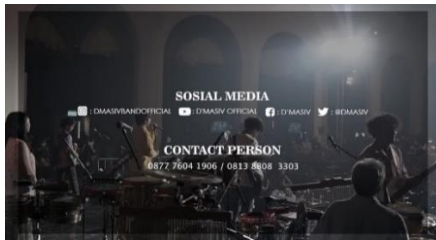
Gambar 18 Scene 6/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan footage pencapaian AMI Awards 2010 untuk memberikan informasi pencapaian yang sudah digapai



Gambar 19 Scene 7/ Menampilkan Footage Guinness Arthur's Day Festival Untuk Memberikan Informasi Pencapaian Yang Sudah Digapai



Gambar 20 Scene 8/ INT/ Day/ Medium Shot/ Menampilkan motion graphic social media D'Masiv untuk memberikan info sosial media yang D'masiv miliki



Gambar 21 Scene 9/ INT/ Day/ Long Shot/ Menampilkan contact person D'Masiv untuk memberikan info contact person yang dapat dihubungi



Gambar 22 Scene 10/ EXT/ Day/ Long Shot/ Bumper out logo D'masiv

3.3. Post Production

Post Production merupakan tahapan akhir dimana pada proses ini adalah keseluruhan hasil dari *project* yang telah di edit oleh *editor*, sehingga menjadi sebuah *video* sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat.



Gambar 23. Post Production

1. Digitizing

ialah pengalihan media dalam bentuk gambar, atau audio, video menjadi bentuk *digital* dengan bantuan program pengolah data atau lainnya.

2. *Editing*
Editing membutuhkan waktu pemrosesan yang cukup memakan banyak waktu memilih, merapihkan, lalu menggabungkan beberapa project kebutuhan agar mendapat hasil yang maksimal.
3. *Mixing*
Mixing merupakan sebuah penggabungan suara pada saat proses *editing*.
4. *Finishing*
Finishing adalah tahapan akhir dari perancangan media pembelajaran blended learning ini.
5. *Exporting*
Merupakan langkah akhir dari pembuatan video, sesudah melewati beberapa tahap sebelumnya.
6. Segmen Pasar
Ini adalah tahapan yang terakhir, yaitu menentukan media yang akan digunakan untuk merilis, *upload* atau didistribusikan video pembelajaran tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian selama kurang lebih 5 (lima) bulan mengenai media promosi ini. Terdapat beberapa kesimpulan terhadap rumusan masalah yaitu diantaranya : Kegiatan dan media promosi D'masiv yang berjalan saat ini yaitu melalui *channel youtube, social media*, siaran radio dan televisi. Tetapi mempromosikannya hanya mengenai konser dan albumnya saja dan belum mempublikasikan secara keseluruhan, Strategi pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan D'Masiv yaitu, dengan implementasi video promosi ini melalui channel Youtube "D'Masiv Official" dan media sosial yaitu *Instagram "Dmasivbandofficial"*, Facebook "D'masiv", dan Twitter "Dmasiv". serta diharapkan dapat meningkatkan promosi album hendaknya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas serta yang belum mengetahui mengenai D'masiv.

5. SARAN

Disarankan agar PT. Masif Satu Visi dapat mempromosikan melalui berbagai sosial media dan *YouTube* secara rutin dan *continue*, sehingga dapat lebih memperluas pemasaran untuk menarik minat relasi mengundang konser *off air*, serta selalu memberi informasi terbaru mengenai album D'Masiv agar masyarakat lebih mengenal D'Masiv .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arini Kristanti Andri dan Wibisono Nono. 2022. "Perancangan Video Promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness Romantic Garden Pinus Di Instagram". Bandung : Politeknik Negeri Bandung. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*. ISSN: 2775-2003 VoL. 13 No. 1.
- [2] Utami Ressa Vaka dan Ramlan. 2022. "Perancangan Media Promosi Waduk Jatigede Melalui Video". Bandung: Institut Teknologi Nasional Bandung. *Jurnal Komunikasi Visual*. ISSN: 2776-1576 Vol. 2 No. 1.
- [3] Panegak Muhammad Sulthon dan Kusumadhyoko Tri Cahyo. 2021. "Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan" Surabaya: Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal barik*. ISSN: 2747-1195. Vol. 2 No. 3

- [4] Rizal, Muhammad. Butsiarah and Muhammad Ashar Pahany. 2021. "Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Stmik Akba." Jogja : Universitas Amikom Jogjakarta *Journal of Information System Management (JOISM)*. E-ISSN 2541-1330. Vol. 3, No. 1.
- [5] Desrianti, Dewi Imaniar. Mardiana dan Risma Isnaeni. 2022 "Media Video Sebagai Sarana Promosi Pada Nite & Day Residence Alam Sutera". Tangerang : Universitas Raharja. *Mavib Journal*. ISSN: 2723-200X.
- [6] Dian, Triadi Sya dan Rinanda Purba. 2021. "Pembuatan Video Promosi UMKM Hendy Hendycraft". Medan: Stmik Budi Darma, Jurnal Abdimas Budi Darma. ISSN: 2745-5319