

Perancangan Video Promosi Cafe Aling Bao Menggunakan Teknik Short Movie

Volume 2, Nomor 1 Tedy Wiraseptya¹, Lasah Puan Adinda²

Mei 2023
(31-35)

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Komunikasi Visual
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia
e-mail : tedyibob@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perancangan Video Promosi Cafe Aling Bao Menggunakan Teknik *Short Movie*. Data yang digunakan pada perancangan ini adalah data verbal, data visual dan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan sumber internet yang dianalisa dengan teori SWOT. Melalui metode penelitian tersebut, maka hasil yang dicapai adalah perancangan video promosi yang efektif dan bertujuan untuk memberi informasi tentang perkembangan kuliner yang ada di kota Padang, dan juga agar dapat menimbulkan ketertarikan konsumen untuk dapat berkunjung ke cafe Aling Bao. Media pendukung yang di rancang adalah poster, *x-banner*, *flyer*, stiker, spanduk, instagram reels, *teaser*, gantungan kunci. Perancangan ini telah menempuh berbagai proses, pada media utama dan media pendukung sangat dibutuhkan kejelian dan perhatian ekstra agar serasi dan sesuai antara satu dengan yang lainnya sehingga mencapai target pasar yaitu masyarakat Kota Padang.

Kata kunci: Video, Promosi, Aling Bao, Short Movie.

ABSTRACT

Designing a Promotional Video for Cafe Aling Bao Using the Short Movie Technique. The data used in this design are verbal data, visual data and data obtained through interviews, observations, documentation and internet sources which are analyzed using the SWOT theory. Through this research method, the results achieved are the design of an effective promotional video and aims to provide information about culinary developments in the city of Padang, and also to generate consumer interest in being able to visit the Aling Bao cafe. The supporting media designed are posters, x-banners, flyers, stickers, banners, Instagram reels, teasers, key chains. This design has gone through various processes, in the main media and supporting media, carefulness and extra attention are needed so that they are harmonious and compatible with each other so that the target is the people of Padang City.

Keyword: Video, Promotion, Aling Bao, Short Movie.

© 2023 Jurnal Pustaka Tradisign

PENDAHULUAN

Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Sumbar, Pemerintah Provinsi Sumatra Barat mendorong UMKM melakukan pemasaran secara online. Baik melalui berbagai macam

marketplace hingga memanfaatkan media sosial yang ada. Cara ini, juga menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan angka penjualan.

Aling Bao merupakan UMKM yang lebih kurang belum menginjak usia 2 tahun, sehingga media promosi yang ada belum terlalu tersebar luaskan, dapat dikatakan promosi yang dilakukan kurang efektif dikarenakan media promosi yang ada tidak dapat menarik perhatian masyarakat dengan baik. Hal ini menyebabkan Aling Bao hanya dikenal oleh beberapa kalangan saja. Inovasi pada varian menu pun dapat

dibidang monoton, tidak adanya improfisasi pada pilihan menu yang ditawarkan kepada konsumen. Beberapa packaging dari produk pun kurang professional dan tidak menunjukkan ciri khas dari perusahaan.

Bao atau yang lebih dikenal dengan nama BakPao sendiri adalah cemilan populer yang berasal dari Negara Taiwan yang terdiri dari sepotong daging rebus dan bumbu lainnya yang diapit antara roti kukus polos. Roti kukus biasanya berukuran 6-8 cm (2, 4-3, 1 inci), berbentuk setengah lingkaran dan datar, dengan lipatan horizontal yang saat dibuka, memberi kesan bahwa telah diiris. Bahan isian tradisional untuk Gua Bao adalah daging sapi yang biasanya diolah dengan *suan cai* goreng (acar sawi dan mustard), ketumbar, dan kacang tanah.

Berdasarkan dari uraian diatas perancangan akan menciptakan sebuah media promosi berupa video yang mana menggunakan teknik short movie dan didukung dengan berbagai jenis media pendukung lainnya seperti poster, x-banner, flyer, stiker, spanduk, instagram reels dan lain-lain.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi yang dilakukan penulis dengan cara melihat dan mencermati bagaimana keadaan outlet dari cafe Aling Bao di salah satu daerah di kota Padang dan juga mencermati sosial media dari Aling Bao untuk mendapatkan data-data serta visual, dan dapat disimpulkan bahwa media promosi yang dimiliki Aling Bao masih kurang tersebar luaskan disebabkan karna anak muda yang kurang mengenal apa itu Bao itu sendiri. Serta masih kurangnya informasi tentang apa itu Aling Bao.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada narasumber untuk mendapatkan informasi, keterangan atau pendapat yang nantinya dibutuhkan. Wawancara dilakukan langsung dengan bapak Adib Rafi Darmadi yang merupakan owner dari cafe Aling Bao. Dan dapat disimpulkan bahwa kurangnya informasi serta minat masyarakat luas baik itu dari daerah kota Padang maupun luar kota Padang terhadap perkembangan kuliner yang ada.

3. Metode Merancang

Dalam pembuatan video promosi cafe Aling Bao ini ada beberapa unsur yang digunakan, meliputi gambar, suara, dan musik yang digabungkan untuk menciptakan suatu kesatuan yang menarik tidak kaku dan mudah dipahami oleh audience. Karena media promosi yang perancang gunakan yaitu video yang menggunakan teknik short movie, maka konsep utama dari perancangan ini yaitu dengan menayangkan alur cerita berupa beberapa kejadian yang mendeskripsikan

tentang si tokoh utama dan lingkungan yang ada di sekitar nya. Sementara konsep verbal dalam perancangan video promosi cafe Aling Bao ini, konsep verbal yang disampaikan dimedia utama melalui audio dan visual dalam bentuk short movie yang memperlihatkan kehidupan salah satu millennial yang mempunyai makanan favorit yaitu bakpao yang nantinya akan dihubungkan dengan produk dari aling bao

Dikemas dengan teknik short movie menggunakan angle medium shot, medium close up, over shoulder shot, two shot, close up & long shot, membuat alur cerita yang lengkap dan menarik serta memberi informasi kepada target audiens bahwa adanya inovasi cara baru makan bakpao. Terbagi menjadi beberapa scene antara lain yaitu bagaimana pemeran utama menyukai roti bakpao dan teman nya yang bertolak belakang dari si pemeran utama, lalu dilanjutkan dengan teman dari pemeran utama yang memberikan informasi tentang bakpao kekinian yaitu roti bao dari aling bao.

Tidak menampilkan proses pembuatannya sama sekali namun isi dari video lebih memberi informasi bahwa adanya aling bao dan juga tempat serta kontak yang bisa dihubungi. Lalu ditambah dengan backsound yang dipadukan sedemikian rupa yang akan dilakukan pemberian voice over yang sesuai dengan tampilan gambar yang ditayangkan

4. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif yang akan dicapai dari Perancangan video promosi cafe Aling Bao adalah Sebuah media informasi bagi masyarakat luas untuk menambah pengetahuan tentang perkembangan kuliner yang ada, dan khususnya kepada masyarakat kota Padang agar mengenalkan wajah baru dari kuliner kota Padang, diharapkan dari video promosi ini dapat menimbulkan rasa antusias masyarakat dan generasi muda terhadap perkembangan yang ada di sekitar daerah kita

5. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan cara untuk mencapai tujuan dari target audience yang sudah ditentukan strategi kreatif yang akan digunakan dalam media ini antara lain penampilan visual, teknik pengambilan gambar, suara, gaya bahasa, serta warna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi Tipografi

Jenis tipografi yang akan perancang gunakan pada perancangan video promosi cafe Aling Bao ini adalah jenis tipografi yang memiliki tingkat kemudahan untuk dibaca dan dipahami yang baik bagi audiens, selain itu juga memiliki kesan yang sederhana dan elegan agar informasi yang disampaikan efektif dan informatif kepada target audiens dan bisa diterapkan ke

berbagai media pendukung baik berupa media cetak dan elektronik sehingga memiliki kesamaan dengan desain yang dirancang yang mana digunakan sebagai media utama.

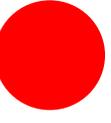
Tabel 1. Tabel Tipografi

No	Tipografi	Komunikatif	Dinamis	Keterbacaan	Estetika
1.	Monserat			V	V
2.	Dunkin	V	V	V	
3.	Coolvetica	V		V	V

Studi Warna

Studi warna merupakan elemen dalam menyampaikan komunikasi kepada orang lain. Dalam perancangan media utama dan pendukung promosi dari Aling Bao ini yang akan perancang digunakan adalah putih, merah dan coklat. Warna-warna yang digunakan disesuaikan dengan latar suasana dan konsep yang telah ada.

Tabel 2. Tabel Studi Warna

No	Tipografi	Komunikatif
1.		Coklat adalah warna bumi, memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. Namun selain itu, coklat juga memberikan kesan sophisticated karena dekat dengan warna emas. Arti warna coklat juga bisa memberikan nuansa dapat diandalkan dan kuat. Warna coklat ini biasanya digunakan di firma hukum sebagai warna utama dalam desain perusahaan mereka
2.	Dunkin 	Putih adalah representasi kehadiran seluruh warna dasar dalam keadaan maksimum dengan proporsi sama besar. Putih, seperti juga hitam dan abu-abu, tidak bisa dikatakan didefinisikan sebagai warna tertentu, putih juga identik sebagai warna harapan bahkan cahaya
3.		Warna merah dapat mendorong orang untuk lebih memperhatikan visual yang ada disekitarnya. Warna merah pun dikenal dengan warna yang berani, diharapkan audiens segera mengambil tindakan dan melakukan pembelian impulsif. Bisnis makanan akan menggunakan ini untuk mempengaruhi selera pelanggan mereka.

Logo

Logo Aling Bao adalah ekspresi visual dari merek. Itu harus dihargai dan digunakan sesuai dengan pedoman. Logo dibuat sesuai dengan siluet bao itu sendiri dan ditambah dengan kata-kata yang merupakan tagline dari Aling Bao, agar orang tahu produk apa yang ditawarkan.



Gambar 1. Logo Aling Bao

Narasi

Berikut isi narasi yang ada pada video : Ada dua macam millennial di Indonesia. Mereka yang suka jajan dipinggir jalan, dan mereka yang sukanya nongkrong dicafe. Aku, team yang sukanya jajan dipinggir jalan. Selain harganya yang murah, jajanan pinggir jalan ada dimana-mana. Ini bakpao, salah satu jajanan favorit-ku, terutama isian daging ayam dan coklat. Kapan pun dan dimana pun bakpao selalu ada menemani-ku, dikantor, dijalan, bahkan dikelas sekalipun. Ini dinda, temanku yang sukanya nongkrong di cafe. Walaupun dia udah nyobain hampir seluruh cafe yang ada dikota Padang, dia selalu ogah kalau aku ajak jajan dipinggir jalan, sama dengan-ku yang suka ogah kalau dinda ajak untuk nongkrong dicafe kesukaannya. Tapi, sejak dinda ngenalin bakpao kekinian ke aku, aku jadi suka nongkrong di cafe, siang, sore, malam, aku pasti kesini buat beli bakpao nya, kata dinda ini cara baru makan bakpao. namanya aling bao!. Bakpao disini enak, ayamnya besar. dan yang paling penting, aling bao juga punya isian coklat yang nikmat. Aku semakin sukaaa. Ditambah lagi aku bisa pesen bao darimana aja. dari rumah, dari kantor, aku tinggal buka gofood. Sejak itu aku jadi sadar, ternyata ada banyak hal yang kita gak suka bukan berarti hal itu buruk, hanya karna kita gak pernah mau untuk mencoba.

Produksi

Berikut tabel peralatan yang digunakan untuk produksi video.

Tabel 3. Tabel Peralatan

No	Peralatan	Jumlah
1.	Sony A7iii	1
2.	Sony A6000	1
3.	Lensa 35mm f1,4 Zeiss	1
4.	Microphone BOYA BY M-1	1
5.	Tripod Lightweight T-3520	1
6.	Memory Sandisk Extreme 128 GB	1
7.	Memory Sandisk Extreme 64 GB	1
8.	Gimbal Dji Ronin Sc2	1
9.	Lighting Softbox Midio A2	1
10.	Reflector	1

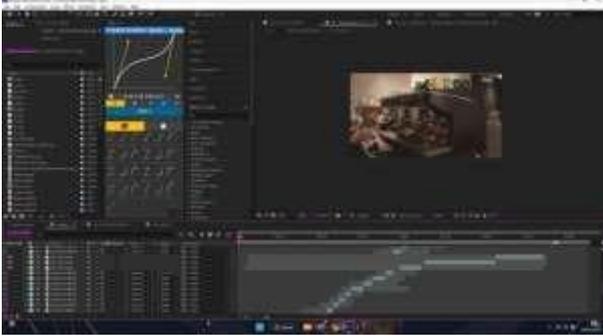
Lokasi

Survey lokasi dilakukan di area kota Padang, menyesuaikan dengan kebutuhan visual yang sudah perancang rancang pada storyboard maka lokasi yang dibutuhkan antara lain beberapa cafe yang ada dikota Padang, jajanan pinggir jalan, dan lokasi dari Aling Bao sendiri.

Pasca Produksi

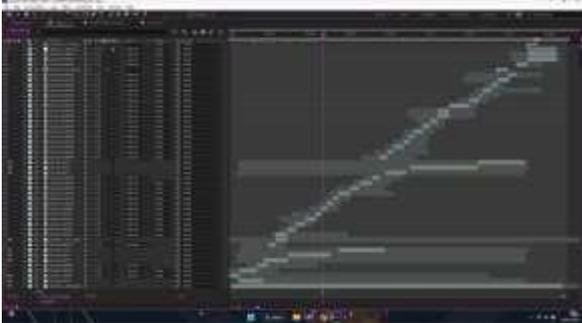
Capture, merupakan proses pemindahan gambar yang telah direkam dengan kamera ke computer PC. Pemindahan data video dikelompokkan sesuai dengan storyboard agar mempermudah dalam pengeditan. Editing video, merupakan pengolahan gambar setelah di pindahkan ke computer, proses

pengeolahan video dilakukan menggunakan software adobe after effect cc 2020.



Gambar 2. Proses Editing

Mixing, pencampuran gambar dengan suara. Video yang telah diedit, dipotong-potong dan yang sudah disesuaikan mulai di satukan dengan musik dan dubbing suara, mulai dari awal video hingga akhir video.



Gambar 3. Proses Mixing

Mastering dan rendering, proses akhir dari pembuatan video promosi café aling bao menjadi format yang bisa dijalankan dimedia player.



Gambar 4. View Terakhir Sebelum Render



Gambar 5. Final Media Utama



Gambar 6. Media Pendukung

KESIMPULAN

Video promosi cafe Aling Bao ini bertujuan untuk memperkenalkan produk dari UMKM di daerah kota Padang, yang mana produk dari Aling Bao merupakan bagian dari inovasi dan perkembangan kuliner yang ada dikota Padang. Dapat dikatakan juga bahwasannya produk roti Bao itu sendiri merupakan wajah baru dan satu-satunya yang ada dikota Padang. Roti Bao yang ditawarkan oleh Aling Bao merupakan produksi home made dan terjamin 100% halal karena dibuat langsung dikota Padang menggunakan bahan-bahan dan bumbu yang ada diarea kota Padang. Sehingga Aling Bao dapat menjamin kekhawatiran konsumen terhadap bahan-bahan yang sekiranya tidak halal.

Proses perancangan pada video promosi cafe Aling Bao adalah mengidentifikasi masalah, menentukan batasan masalah, dan membuat rumusan masalah. Dengan hasil membuat video promosi cafe Aling Bao.

Media yang diperlukan untuk mendukung kegiatan video promosi Cafe Aling Bao ini yaitu berupa perancangan video sebagai iklan komersil yang nantinya dapat digunakan sebagai media promosi produk dan brand Aling Bao, sehingga masyarakat dapat lebih mengenal perkembangan kuliner yang ada dikota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yudistira, Abdi. (2022). *Sosialisasi Digitalisasi dan Modernisasi UMKM Kepada Masyarakat Desa Mancang Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat*. Binjai.
- [2] Tinaburko. (2015). *Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta.
- [3] Bagus, I. M., Sari, S. M., & Suryanata, L. (2019). Perancangan Interior "Café Bikers" Di Surabaya. *Intra*, 7(2), 361-368.

- [4] Erlyana, Y., & Bonjoni, M. (2017). Perancangan Film Pendek "Tanya Sama Dengan". Rupa Rupa, 3(2).
- [5] Purba, B., Gaspersz, S., Bisryi, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., ... & Giswandhani, M. (2020). Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar. Yayasan Kita Menulis..
- [6] Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 24.
- [7] Yuliadi, Y., Mahsun, M., & Adami, M. (2020). Rekayasa Video Profile sebagai Media Promosi STMIK Syaikh Zainuddin NW Anjani Menggunakan Teknik Videografi: Rekayasa Video Profile sebagai Media Promosi STMIK Syaikh Zainuddin NW Anjani Menggunakan Teknik Videografi. Jurnal Informatika Teknologi dan Sains, 2(4), 234-237.