

BAB IV

PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1 Pra Produksi

Pra produksi adalah tahap awal dalam pembuatan film, acara TV, drama, permainan video, atau proyek kreatif lainnya. Tahap ini melibatkan perencanaan, persiapan, dan pengorganisasian semua elemen yang diperlukan sebelum produksi sebenarnya dimulai.

4.1.1 Storyline

Storyline merupakan serangkaian kejadian yang menyusun alur dalam sebuah karya, seperti film, video, atau jenis konten lainnya. Dengan kata lain, *storyline* adalah dasar cerita yang menggambarkan perjalanan cerita dari awal sampai selesai, termasuk titik-titik penting di setiap adegan.

Tabel 4.1 Storyline

NO	Alur Cerita	Visual	Narasi (vo)	Durasi
1.	Opening: Realita Banjir	Cuplikan footage berita banjir di Bandar Lampung. Warna dominan hitam kelabu, backsound musik sedih, efek suara hujan.	“Setiap tahun, ribuan warga Bandar Lampung harus menghadapi banjir. Rumah terendam. Jalanan lumpuh. Harapan ikut tenggelam.”	0–20 detik
2.	Identifikasi Masalah	Penyebab banjir Close-up warga membuang sampah sembarangan	“Penyebabnya bukan hanya hujan deras. Tapi juga kita. Sampah, pembangunan	20-40 Detik

			yang tak terkendali, dan kurangnya kesadaran membuat kota ini semakin rentan”.	
3.	Ajakan Refleksi & Perubahan	Hujan / badai	“Apa yang bisa kita lakukan? Apakah kita akan terus diam dan menunggu bencana berikutnya?”	40-60 Detik
4.	Solusi Mitigasi	warga kerja bakti membersihkan saluran air. Menanam pohon. Visual positif & cerah, nuansa penuh harapan.	“Mulai dari hal kecil. Buang sampah pada tempatnya. Bersihkan saluran air. Tanam pohon. Edukasi anak-anak kita. Karena mitigasi banjir dimulai dari kesadaran.”	60-90 Detik
5.	Penutup & Ajakan	Drone Kota Bandar Lampung Teks Slogan: “Satu Tindakan Kecil Selamatkan Kota Kita” Teks mari mulai dengan langkah kecil: buang sampah	“Mitigasi banjir bukan tugas pemerintah semata. Tapi tanggung jawab kita semua. Ayo	90-120 Detik

		pada tempatnya, rawat saluran air, dan tanam pohon disekitar rumah. Bersama, kita cegah banjir!	bergerak bersama. Untuk Bandar Lampung yang lebih tangguh.”	
--	--	---	---	--

4.1.2 Storyboard

Scane 1



Scane 2



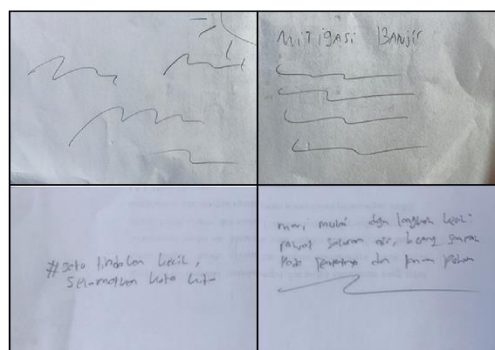
Scane 3



Scane 4



Scane 5



Gambar 4.1 Storyboard

(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025)

4.1.3 Shooting Script

Shooting Script gambar adalah dokumen rinci dari sebuah skrip yang dipakai saat proses pembuatan film atau video. Dokumen ini berisi arahan sinematografi yang mendetail, seperti tipe pengambilan, yang diatur sesuai dengan kebutuhan produksi. *Shooting Script* juga mencantumkan nomor adegan serta format khusus untuk perubahan naskah, agar tim produksi dapat menjalankan rencana dengan baik di lokasi pembuatan.

Tabel 4.2 Shoting Script

No	Shot	Audio / Narasi	Video/Visual	Durasi
1.	Long Shot	Backsound: musik sedih	view banjir di Bandar Lampung (jalan tergenang, rumah terendam).	00-05 Detik
	Medium Shoot	VO: “Setiap tahun, ribuan warga Bandar Lampung harus menghadapi banjir. Rumah terendam. Jalanan lumpuh. Harapan ikut tenggelam.”	Kondisi banjir saat ini	05-10 Detik
	Long Shoot	VO: “Rumah terendam. Jalanan lumpuh. Harapan ikut tenggelam.”	view banjir di Bandar Lampung (jalan tergenang, rumah terendam).	10-15 Detik
	-	Backsound: musik sedih	-	15-20 Detik

2.	Close Up & Medium Shoot	VO: “Penyebabnya bukan hanya hujan deras. Tapi juga kita.”	penyebab banjir (diri kita dan sampah)	20-25 Detik
	Medium shot, fokus perbuatan	VO: “Sampah, pembangunan yang tak terkendali...”	Orang buang sampah Sembarangan	25-30 Detik
	Close Up	VO: “...dan kurangnya kesadaran membuat kota ini semakin rentan.”	Selokan penuh dengan sampah	30-35 Detik
	Wide Angel	Backsound mulai turun volume	-	35-40 Detik
3.	Close-up wajah, natural light	VO: “Apa yang bisa kita lakukan?”	Visual hujan deras	40-45 Detik
	Medium shot	VO: “Apakah kita akan terus diam dan menunggu bencana berikutnya?”	Visual hujan deras beserta suara petir	45-50 Detik
	Efek transisi,	Musik transisi ke ceria	-	50-60 Detik
4.	Wide shot	VO: “Mulai dari hal kecil. Buang sampah pada tempatnya.”	kerja bakti membersihkan saluran air	60-65 Detik
	Kamera tracking right	VO: “Tanam pohon. Jaga hutan kota.”	menanam pohon demi terciptanya ruang terbuka hijau	65-70 Detik
	Panning shot kanan ke kiri	Musik jadi positif dan penuh harapan	mengumpulkan sampah	75-80 Detik
		VO: “Karena mitigasi banjir dimulai dari kesadaran.”	“Jangan Buang Sampah Sembarangan,	80-90 Detik

			Bersihkan Selokan, Tanam Pohon”	
5.		VO: “Mitigasi banjir bukan tugas pemerintah semata.”	Motion graphic teks	90-100 Detik
	Medium shot	VO: “Tapi tanggung jawab kita semua.”	Motion graphic teks	100-110 Detik
	Full screen dengan efek fade	Musik klimaks positif	slogan muncul di layar	110-115 Detik
	Fade Out	VO: “Ayo jaga lingkungan. Untuk Bandar Lampung yang lebih aman.”	Tulisan besar: “Satu Tindakan Kecil Selamatkan Kota Kita”	115-120 Detik

4.2 Produksi

Produksi adalah tahap di mana materi yang telah direncanakan dalam pra-produksi diwujudkan melalui pengambilan gambar atau syuting. Tahap ini juga dikenal sebagai "*principal photography*".

4.2.1 Peralatan

Tabel 4.3 Peralatan

No	Peralatan	Fungsi
1.	Kamera DSLR Cannon 60D	Pengambilan gambar utama (visual ILM)
2.	Lensa 24–70mm f/2.8	Shot wide hingga medium
3.	Tripod / Monopod	Shot statis
4.	Audio Recorder	Untuk kualitas suara lebih bersih
5.	Lighting	Meratakan dan melembutkan cahaya

6.	Clapperboard (opsional)	Menandai take saat pengambilan shot
7.	Baterai Cadangan Kamera	Mobilitas di lokasi outdoor
8.	Pc / Komputer	Proses pascaproduksi (Editing)

4.2.2 Lokasi

Tabel 4.4 Lokasi Shooting

Nama Lokasi	Keterangan Produksi
Basecamp	Pengecekan peralatan, Ishoma, Review hasil shooting
Jalan	Sampah pada pinggir drainase jalan
Pinggir Kali	Warga buang sampah sembarangan, lokasi alami
Area Gorong-Gorong	Sampah berserakan di area gorong- gorong
Lingkungan RT/RW Setempat	Kerja bakti warga, properti: sapu, karung
Tanah Kosong	Penanaman pohon, ruang terbuka hijau
Taman	Cuaca cerah, visual positif
Drone Kota Bandar Lampung	Shot slogan, ajakan jaga bumi
Indoor / Studio	Rekaman narasi/VO

4.2.3 Shooting Schedule

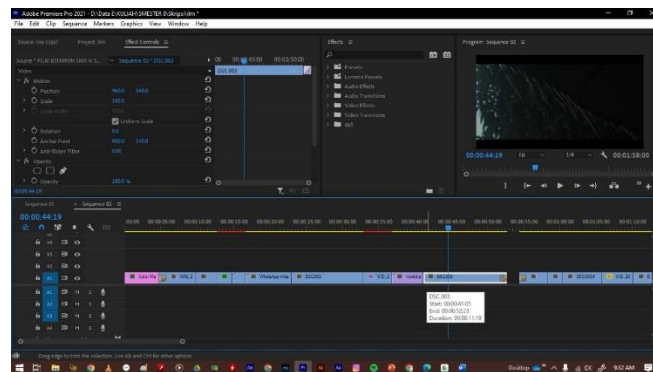
Tabel 4.5 Shooting Schedule

Waktu	Lokasi	Keterangan Teknis
07.00 – 08.00	Basecamp	Setting properti & alat
08.00 – 09.30	Lingkungan RT/RW setempat	Properti: sapu, karung, dll
09.30 – 10.30	Jalanan	Gorong” pinggir jalan banyak sampah
10.30 – 11.30	Tanah lapang	Penanaman pohon demi terciptanya ruang terbuka hijau Properti: bibit pohon

11.30 – 12.30	Basecamp	Ishoma
12.30 – 13.30	Jembatan	Warga membuang sampah sembarangan
13.30 – 14.30	Tempat Pembuangan Sampah	Warga mulai sadar
14.30 – 15.30	Indoor/studio	Rekaman Vo
15.30 – 16.30	Basecamp	—

4.3 Pasca Produksi

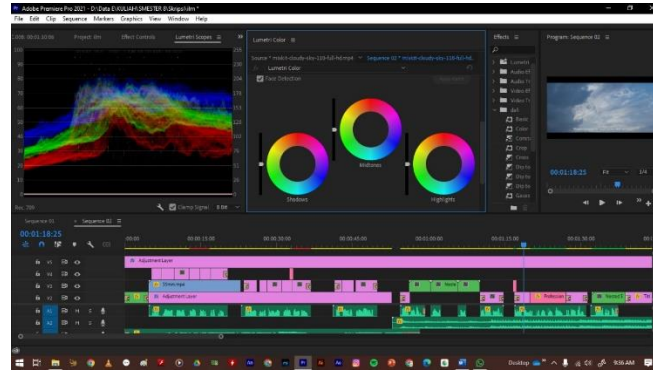
Pasca produksi adalah tahap terakhir dalam proses pembuatan film atau video, yang meliputi penyuntingan gambar dan suara, penambahan efek visual dan audio.



Gambar 4.2 Tahap Penyusunan Footage Menggunakan Adobe Premiere Pro

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Penyusunan footage video, atau pengeditan video, adalah proses menggabungkan, memotong, dan mengatur klip video dan audio untuk menciptakan cerita yang menarik. Ini adalah komponen penting dalam pembuatan video karena di sinilah seluruh narasi dibuat, pesan diperjelas, dan emosi penonton dikelola dengan menggunakan ritme, transisi, dan penempatan visual.



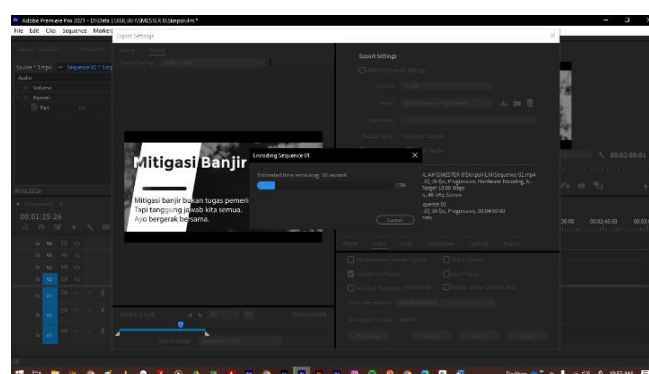
Gambar 4.5 Tahap Colour Grading Menggunakan Adobe Premiere Pro

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Color grading adalah proses pasca-produksi dalam pengeditan video atau foto yang bertujuan untuk mengubah dan meningkatkan tampilan warna, menciptakan suasana, dan mencapai estetika visual tertentu. Proses ini melibatkan penyesuaian warna, kontras, saturasi dan kecerahan untuk menciptakan suasana hati atau gaya yang diinginkan, sering kali untuk memperkuat narasi atau pesan visual.

Setelah melakukan tahapan-tahapan diatas lalu dilakukan proses rendering pada software Adobe Premiere Pro. Proses rendering dilakukan di software Adobe Premiere Pro dengan Render Setting sebagai berikut:

1. Format H.264
2. Resolusi 1920x1080



Gambar 4.6 Tahap Rendering Menggunakan Adobe Premiere Pro

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

4.4 Final Karya

Scane 1



Gambar 4.7 Final Karya Scane 1

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Scane 2



Gambar 4.8 Final Karya Scane 2

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

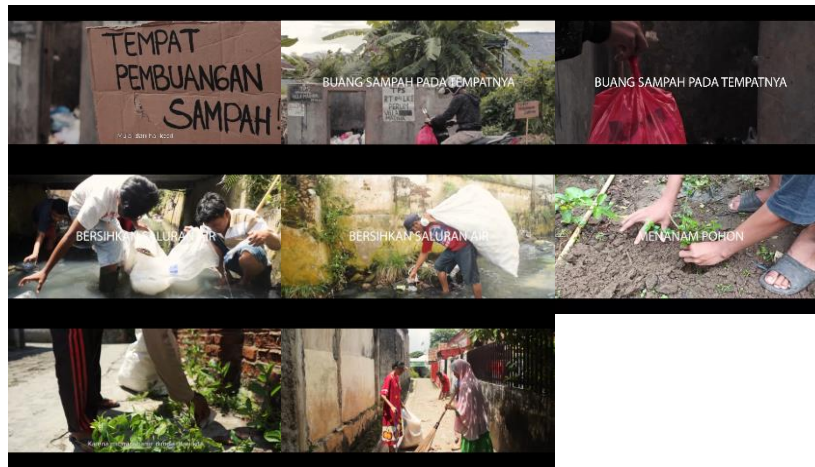
Scane 3



Gambar 4.9 Final Karya Scane 3

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Scane 4



Gambar 4.10 Final Karya Scane 4

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Scane 5



Gambar 4.11 Final Karya Scane 5

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

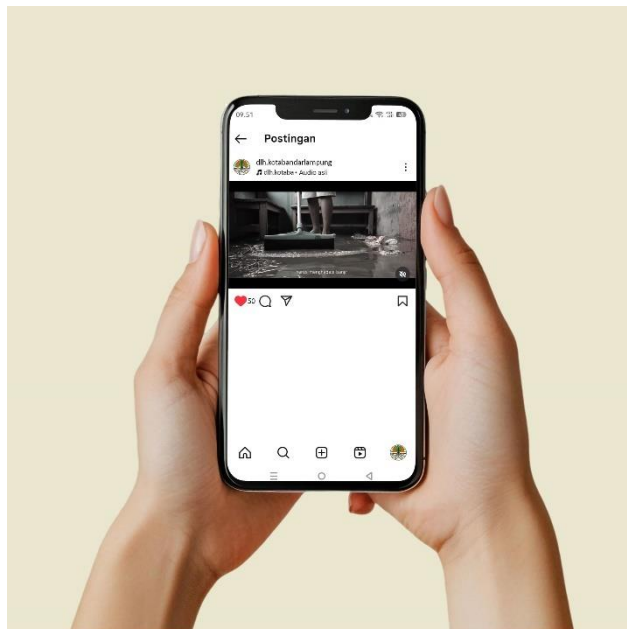
4.5 Media Utama

Media utama yang dibuat dalam perancangan ini berupa video edukasi dengan format mp4 dengan resolusi 1920x1080 pixel. video edukasi ini dirancang untuk memberikan informasi, meningkatkan kesadaran, serta mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya peran individu dalam upaya mitigasi banjir di Kota Bandar Lampung. Video dipilih sebagai media utama karena memiliki daya tarik visual dan audio yang kuat, serta mampu menyampaikan pesan secara efektif Yang kemudian di distribusikan ke sosial media seperti Instagram dan youtube.



Gambar 4.12 Mockup Media Utama Youtube

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)



Gambar 4.13 Mockup Media Utama Instagram

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

4.6 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media terpilih yang berfungsi untuk menginformasikan kepada *audience* mengenai informasi dari media utama dan juga berperan untuk mendukung komunikasi *branding*. Media pendukung yang digunakan pada perancangan ini antara lain:

1. Poster

Poster merupakan sebuah informasi atau iklan yang disampaikan dalam bentuk gambar ataupun tulisan yang bertujuan untuk memberikan pesan pada khalayak

masyarakat. Dalam hal ini, poster dipilih sebagai media pendukung untuk memberikan informasi kepada *audience* terkait Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Edukasi Dalam Upaya Mitigasi Banjir di Kota Bandar Lampung melalui media cetak.



Gambar 4.14 Media Pendukung Poster

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Bahan : *Art Carton Glossy 260 gsm*

Ukuran : *A3 (29,7 cm x 42 cm)*

2. X-Banner

Sama hal nya seperti poster, *x-banner* juga merupakan media cetak yang berfungsi untuk memberikan informasi atau mempromosikan suatu produk. Dalam hal ini, *x-banner* digunakan sebagai media informasi yang berisi tampilan dari perancangan media pembelajaran interaktif tata surya.



Gambar 4.15 Media Pendukung X-Baner

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Bahan : *Flexi*

Ukuran : 60 cm x 160 cm

3. Merchandise

Merchandise merupakan produk atau barang yang digunakan sebagai media untuk mempromosikan suatu brand atau produk. Dengan adanya *merchandise* dapat membantu meningkatkan *brand awareness* dari *brand* atau produk tersebut. *Merchandise* yang dipilih untuk menjadi media pendukung dari perancangan ini antara lain:

a) Baju

Baju merupakan barang fisik yang mudah dijangkau untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, kaos dapat digunakan untuk mempromosikan perusahaan dalam kegiatan tertentu. Misalnya membuat kaos dengan logo perusahaan dan gambar atau teks pendukung yang menarik untuk dijadikan souvenir.



Gambar 4.16 Media Pendukung Kaos

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Bahan : Katun

Ilustrasi : Typografi “Dimulai Dari Kita”

b) Gantungan Kunci

Gantungan kunci, juga dikenal sebagai ganci merupakan benda yang digunakan untuk mengaitkan benda kecil ke lubang kunci. Gantungan kunci memiliki peran dalam membantu menjaga identifikasi kunci, serta memberikan nilai lebih dalam bentuk promosi sebuah brand.



Gambar 4.17 Media Pendukung Gantungan Kunci

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Bahan : Akrilik
Ukuran : 5 cm x 5 cm

c) Stiker

Stiker merupakan selembar kertas yang dicetak dengan perekat di satu sisi. Benda ini mungkin terlihat sepele jika dilihat sekilas tetapi stiker juga bisa menjadi cara yang bagus untuk meningkatkan branding suatu produk.



Gambar 4.18 Media Pendukung Stiker

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)