

Analisis Aset-Aset Grafis Yang Direalisasikan Terhadap Kebutuhan Properti Artistik Dalam Video Promosi Tinder Indonesia 2022 “Gerak Pake Tinder”

Regi Apriana Maarip Bilah¹, Inko Sakti Dewanto, S.T., M.Ds.²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung

Email: rregiapriana@mhs.itenas.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian “Analisis Aset Aset Grafis yang di Realisasikan terhadap Kebutuhan Properti Artistik dalam Video Promosi Tinder Indonesia 2022” ini mengkaji struktur video yang dilihat dari sebuah sudut pandang properti artistik dalam sebuah produksi videonya. Video promosi “Gerak Pake Tinder” ini memiliki tiga alternatif video beserta tiga set artitsik yang berbeda beda sehingga penelitian ini layak untuk diangkat guna menambah bukti nyata bahwa sebuah desain mampu beradaptasi akan hal apapun. Disisi lain, memperlihatkan sebuah struktur produksi bahwa dalam terciptanya sebuah video memiliki sebuah tim artistik yang fokus memikirkan sekaligus merealisasikan keestetikan setiap setnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif atas dasar based proyek yang disesuaikan dengan klien brief. Hasil dari peneliatian based proyek ini berupa sebuah properti grafis yang nyata untuk setiap set video promosi tinder yang diproduksi langsung oleh rumah produksi bujang rimba.

Kata kunci: asset grafis, properti artistik, properti grafis, tinder indonesia

ABSTRACT

The research “analysis of Graphical Assets Realized for Artistic Property Needs in Tinder Indonesia 2022 Promotional Videos” examines the video structure seen from an artistic property point of view in a video production. This promotional video for “Move With Tinder” has three video alternative along with three different artistic sets, so this research is worthy of being raised to add concrete evidence that a design can adapt to anything. On the other hand, it shows a production structure that in creating a video has an artistic team that focuses on thingking about and realizing the aesthetics of each set. This study uses a qualitative descriptive method on the basis of a project that is tailored to the client’s brief. The result of this project based research are in the form of a real graphic property for each set of tinder promotional videos that are produced directly by bujang rimba production house.

Keywords: graphic assets, asrtistic property, graphic property, tinder indonesia

1. PENDAHULUAN

Tinder adalah sebuah aplikasi kencan online yang didirikan oleh Sean Rad, Jonathan Badeen, Justin Mateen, Joe Munoz, Dinesh Moorjani, dan Whitney Wolfe pada tahun 2012. Aplikasi ini dirilis pertama kali pada bulan September 2012 dan telah mengalami pertumbuhan yang pesat sejak saat itu.

Konsep Tinder didasarkan pada sistem pencocokan (matching) menggunakan lokasi pengguna. Aplikasi ini memanfaatkan fitur GPS pada perangkat pengguna untuk menemukan pengguna lainnya yang berada dalam jarak tertentu. Pengguna kemudian dapat melihat profil pengguna lain dalam area tersebut dan memilih untuk menyukai (swipe right) atau tidak tertarik (swipe left) terhadap mereka. Jika dua pengguna saling menyukai, mereka dapat memulai percakapan dan melanjutkan interaksi melalui aplikasi. Ini memberikan pengguna kemampuan untuk berkenalan dan berpotensi menjalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki minat dan preferensi serupa.

Tinder menjadi sangat populer di kalangan pengguna muda dan telah mengubah cara orang bertemu dan menjalin hubungan. Sebelum adanya Tinder, kencan online umumnya dilakukan melalui situs web kencan tradisional. Tinder mengintegrasikan fitur yang mudah digunakan, antarmuka yang sederhana, dan aspek sosial yang kuat dengan menghubungkan akun pengguna dengan akun media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Aplikasi Tinder telah berkembang pesat dan mendapatkan popularitas di seluruh dunia. Pada tahun 2014, Tinder sudah memiliki lebih dari satu miliar swipe per hari dan telah digunakan di lebih dari 190 negara. Keberhasilan Tinder juga telah menginspirasi munculnya aplikasi kencan serupa lainnya, mengubah lanskap kencan online secara keseluruhan. Sejak awal kemunculannya, Tinder telah menjadi salah satu aplikasi kencan online paling populer di dunia dan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Maka dari itu di tahun 2022 kemarin, sebuah rumah produksi kreatif di Bandung yang bernama Bujang Rimba membuat kampanye video promosi untuk tinder yang berjudul #GerakPakeTinder dengan pendekatan lokal mengikuti trend masyarakat yang ada di Indonesia. Yang mana Art Director Production House tersebut langsung mengajak penulis untuk mempekerjakan sebuah aset aset visual yang kemudian direalisasikan sebagai kebutuhan properti artistik dalam setiap set video nya. Dengan ini penulis akan mencoba untuk menganalisa dan mengekspos aset aset visual yang telah dibuat sesuai arahan brief dari tim art, rumah kreatif dan klien nya langsung

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Artistik

Dalam pembuatan sebuah film sangat diperlukan sebuah divisi bernama tim artistik. Penata artistik adalah seorang creator yang berusaha mewujudkan fantasi dan kreasi dalam setiap latar sesuai dengan kebutuhan cerita film.

2.2. Pengertian Properti

Properti adalah semua peralatan yang digunakan untuk kebutuhan suatu penampilan tatanan tari, koreografi bahkan untuk sebuah kebutuhan produksi video komersil dan non komersil. Properti

adalah semua peralatan benda kecil sampai benda benda besar yang telah disesuaikan dengan naskah yang ada

3. METODOLOGI

Peneelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis proyek. Yang lebih mengutamakan untuk menerjemahkan antara brief dari klien dan data data yang di dapat. Adapun data yang digunakan untuk merancang properti grafis TINDER INDONESIA ini diantaranya :

3.1. Data Premier

Data premier merupakan data yang paling utama dalam proses perancangan properti grafis video promosi TINDER INDONESIA ini, yang mana data premier tersebut didapatkan langsung dari pihak yang bersangkutan berupa client brief, observasi dan wawancara.

Client Brief

Client brief secara umum memuat latar belakang dan titik awal komunikasi yang efektif dengan tujuan yang ingin dicapai dalam output video promosi. Secara praktiknya tentu sangat membantu untuk mengefektifkan waktu dalam proses perancangan property grafis untuk kepentingan setiap set dalam produksi videonya.

Wawancara

Wawancara dalam perancangan propeti ini secara langsung dilakukan dengan cara meeting proyek dengan pihak Tinder Indonesia sebagai klien, Bujang Rimba sebagai rumah kreatif yang akan menggarap produksi videonya, beserta beberapa perwakilan dari masing masing tim produksi (lighting, cameraman, artisitk, wardrobe, soundman dll)

Observasi

Observasi yaitu sebuah pengamatan yang dilakukan secara langsung ke tempat tempat yang akan di jadikan sebagai set syutingnya. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran lebih jelas property apa saja yang harus diadakan, dihilangkan maupun direspon langsung guna merealisasikan fantasi klien dan rumah kreatif yang mengacu pada sebuah konsep yang telah dibuat.

3.2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan studi literature yang berkaitan dengan perancangan property grafis TINDER INDONESIA.

Dokumentasi

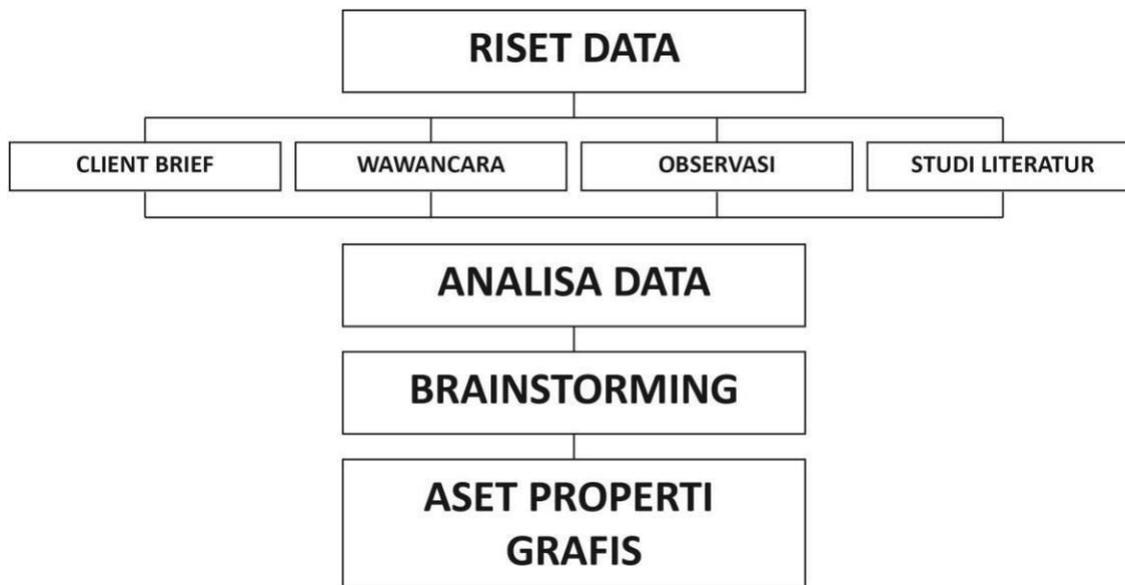
Dalam metode ini, dokumentasi dilakukan dengan menggunakan catatan atau tulisan dan gambar atau foto yang dijadikan sebagai acuan perancangan.

Studi Literatur

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan untuk menelusuri sumber sumber yang telah dibuat sebelumnya. Metode ini dengan menelusuri sumber sumber berupa referensi set artistic atau

property yang berkaitan dengan perancangan asset visual untuk keperluan property TINDER INDONESIA.

Dari kedua data primer dan sekunder, selanjutnya adalah tahap perancangan dengan tahapan sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan Perancangan (sumber: Dokumentasi Pribadi)

Riset Data

Riset data dilakukan dengan cara mewawancarai, observasi dan juga studi literatur. Wawancara dilakukan langsung dengan pihak klien, rumah produksi, dan tim produksi lainnya. Observasi dilakukan dengan cara berkunjung sekaligus melihat dan mengukur langsung tempat-tempat yang akan dijadikan sebagai lokasi atau tempat set syutingnya. Kemudian studi literatur dilakukan terhadap sumber-sumber yang dikumpulkan untuk dijadikan acuan atau referensi untuk property pada setiap setnya.

Analisa Data

Mengolah yang telah diperoleh dari pengumpulan referensi set dan property studi literatur dengan hasil wawancara, membandingkan wawancara dengan observasi. Hasil analisa data digunakan untuk mencari kata kunci yang menjadi landasan untuk merancang sebuah asset visual untuk kepentingan property artistic.

Brainstorming

Mulai mengeksplorasi bentuk visual berdasarkan data yang telah di analisis, penulis mengembangkan ide untuk merancang. Pada akhirnya menghasilkan kata kunci yang lebih memudahkan lagi untuk dikembangkan menjadi sebuah pijakan dalam pembuatan asset property grafis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Video kampanye #gerakpaketinder ini dibagi menjadi tiga bagian dengan tema yang berbeda beda, diantaranya :

1. Gamon (Gagal Move On)

Video kampanye ini mengisahkan seorang individu yang masih memikirkan mantanya. Dalam videonya terlihat seorang perempuan yang sedang teleponan bersama sahabatnya, perempuan tersebut kaget karena di unblock sama mantannya dan sahabatnya pun langsung mengejek sekaligus bercerita bahwa dia memiliki pendamping hidup dari sebuah aplikasi tinder. Perempuan tersebut langsung mencoba aplikasi itu.



Gambar 2. KV Thumbnail Gamon (sumber: Bujang Rimba)

2. Masa Masih Sendiri

Video ini menceritakan seorang perempuan yang sedang nongkrong bersama 4 temannya yang berpasangan pasangan disebuah restoran atau café, video tersebut memperlihatkan sebuah adegan pertukaran kursi yang diduduki perempuan yang jomblo itu dengan kursi sendiri oleh para pegawai restoran, perempuan itu kebingungan dan temannya pun langsung memotong raut muka asasnya dengan sebuah perkataan agar perempuan itu segera mencari pasangannya lewat aplikasi tinder.



Gambar 3. KV Thumbnail MMS (sumber: Bujang Rimba)

3. Hustling

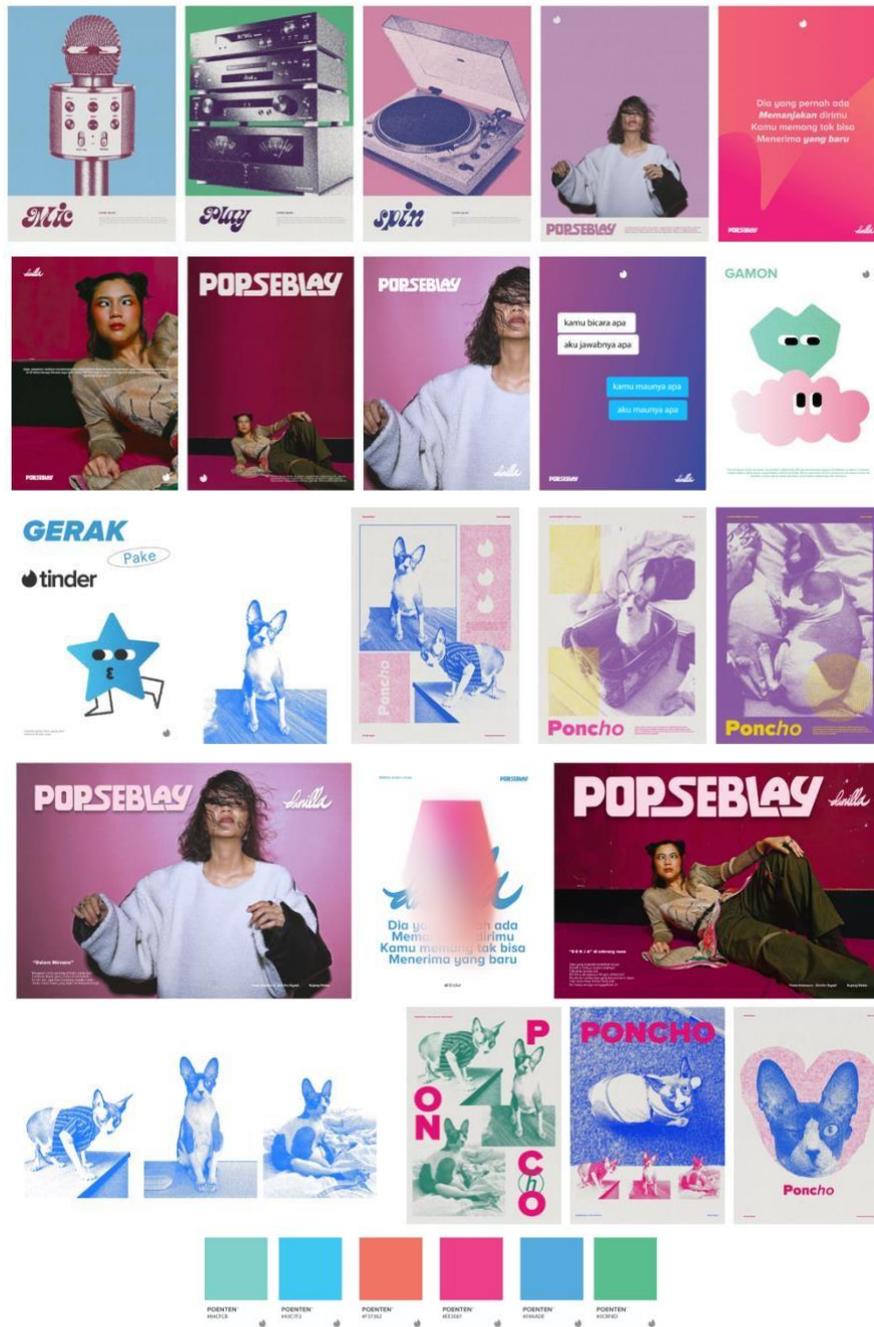
Dalam video ini memperlihatkan seorang perempuan jomblo yang tiap hari terus berkerja siang dan malam sampai lupa akan akan hari ulang tahunnya, tiba tiba 4 orang teman kantornya datang memberi surprise dengan membawa kue yang kemudian meramaikan suasana, disela sela keramaian tersebut salah satu temannya itu nyeletuk untuk mencarikan pasangan buat perempuan itu. Dan dimulailah pencarian pasangan lewat aplikasi tinder.



Gambar 4. KV Thumbnail Hustling (sumber: Bujang Rimba)

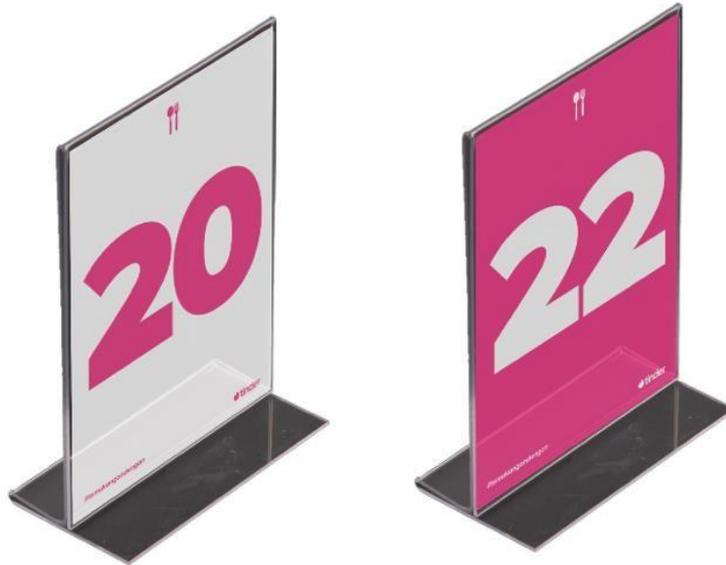
4.2 Pembahasan Properti

1. Set Kamar (Gamon)



Gambar 5. Poster dinding kamar (sumber: Bujang Rimba)

4.3 Set Cafe



Gambar 6. No meja (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 7 Daftar menu (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 8. Poster (sumber: Bujang Rimba)

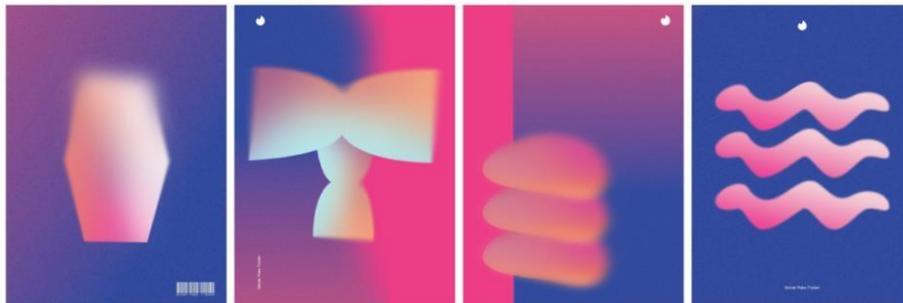
4.4 Set Kantor



Gambar 9 Buku display (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 10. Lanyard (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 11. Poster kantor (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 12 Voucher kado (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 13. Kalender (sumber: Bujang Rimba)



Gambar 14. Kertas folder (sumber: Bujang Rimba)

KESIMPULAN

Pada video kampanye gerak pake tinder ini dibagi menjadi tiga bagian dengan tema yang berbeda beda, semua property grafis yang dibuat merespon ruangan beserta apapun yang dibutuhkan sesuai tema dan konsep yang telah ditentukan.

Pada set kamar yang bertemakan gagal moveon, dinding kamar dipenuhi poster yang merespon ruang beserta kepribadian seorang danilla. Di set café, dibuat property no meja, daftar menu dan poster yang merespon dinding background agar terlihat lebih padat dan estetik. dan pada set

kantor, lanyard, buku display, poster, kertas folder, kalender, dan voucher kado dibuat sebagai pelengkap set agar tetap mendapatkan suasana kantornya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sejarah Tinder : <https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder>
- [2] Artistika dan Estetika dalam kompleksitas dinamika kehidupan :
- [3] <https://fib.ui.ac.id/2019/11/18/kuliah-umum-artistika-dan-estetika-dalam-kompleksitas-dinamika-kehidupan-oleh-widhiya-wisnuwardhana/#:~:text=Artistik%20adalah%20suatu%20unsur%20nilai,tergantung%20kepada%20pengalaman%20artistik%20penciptanya>.
- [4] Pengertian artisik siaran, Pdf dalam web uns.ac.id :
<https://spada.uns.ac.id/mod/resource/view.php?id=3845>
- [5] Perbedaan artistic dan property : <https://brainly.co.id/tugas/30005538>
- [6] Referensi penulisan : <https://journal.ittelkom-pwt.ac.id/index.php/askara>
- [7] Pengertian rumah produksi : https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_produksi