

Nama : _____

Kelas / No : _____



POST TEST DESAIN BRIEF UNTUK PROYEK VIDEOGRAFI

Petunjuk :

- Bacalah setiap soal dengan teliti.
- Untuk soal Pilihan Ganda, pilihlah satu jawaban yang paling tepat.
- Untuk soal Menjodohkan, pasangkan istilah di Kolom A dengan deskripsi yang paling sesuai di Kolom B. Tuliskan huruf jawaban pada tempat yang disediakan.

Bagian A: Pilihan Ganda

1. Dalam alur kerja pra-produksi sebuah video, Creative Brief berfungsi sebagai...
 - A. Naskah dialog lengkap yang akan digunakan saat syuting.
 - B. Daftar final peralatan kamera dan lampu yang harus disiapkan.
 - C. Kumpulan gambar referensi atau moodboard untuk inspirasi visual.
 - D. Dokumen teknis yang mengatur jadwal editing dan pasca-produksi.
 - E. Peta jalan strategis yang menyatukan visi dan tujuan proyek.
2. Sebuah brief kampanye Adiwiyata menyebutkan bahwa video yang akan dibuat harus terasa "ceria, energik, dan kekinian agar disukai siswa". Deskripsi ini termasuk dalam elemen...
 - A. Tujuan Proyek
 - B. Target Audiens
 - C. Tone & Manner
 - D. Pesan Utama
 - E. Media & Format
3. Setelah tim kreatif menerima dan memahami Creative Brief secara menyeluruh, langkah logis selanjutnya yang harus dilakukan sebelum membuat storyboard adalah...
 - A. Langsung memulai proses syuting.
 - B. Menentukan anggaran produksi.
 - C. Mencari lokasi syuting.
 - D. Melakukan sesi brainstorming untuk menggali ide-ide visual.
 - E. Menyiapkan peralatan editing video.
4. Manfaat utama dari menentukan "Target Audiens" secara spesifik (misalnya: hanya siswa kelas X) daripada menargetkan "semua warga sekolah" adalah...
 - A. Agar durasi video bisa lebih panjang.
 - B. Agar biaya produksi menjadi lebih murah.
 - C. Agar pesan, gaya bahasa, dan visual dapat dirancang lebih tepat sasaran.

- D. Agar video bisa menggunakan musik yang lebih beragam.
- E. Agar proses syuting bisa dilakukan di lebih banyak lokasi.

5. Sebuah video kampanye "Stop Sampah Plastik" yang dibuat tanpa Creative Brief memiliki risiko terbesar untuk...

- A. Memiliki kualitas gambar yang sangat bagus.
- B. Disukai oleh semua guru di sekolah.
- C. Memiliki pesan yang tidak jelas dan gagal mengubah perilaku audiens.
- D. Menggunakan lagu yang sedang viral di media sosial.
- E. Selesai diproduksi lebih cepat dari jadwal.

Bagian B: Menjodohkan

Petunjuk: Pasangkan istilah pada Kolom A dengan deskripsi yang paling sesuai pada Kolom B.

Kolom A (Istilah)		Kolom B (Deskripsi)
Creative Brief	●	Gaya, suasana, dan karakter komunikasi yang ingin ditampilkan (misal: lucu, serius, inspiratif).
Target Audiens	●	Gaya, suasana, dan karakter komunikasi yang ingin ditampilkan (misal: lucu, serius, inspiratif).
Pesan Utama	●	Dokumen panduan strategis yang berisi semua informasi penting sebuah proyek.
Tone & Manner	●	Kelompok orang spesifik yang menjadi sasaran utama dari sebuah pesan atau video.
Storyboard	●	Satu kalimat inti yang singkat, kuat, dan harus diingat oleh penonton.

— Semoga Sukses —