



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam menyutradarai *voice acting* pada video iklan SEORAE, penulis menggunakan metode studi literatur dan observasi media internet. Penulis mencari dan membaca buku-buku mengenai *voice acting* sehingga penulis dapat memahami cara menyutradarai aktor dalam pengambilan suara. Selain itu, penulis juga melakukan observasi media internet untuk mencari referensi video yang cocok untuk video iklan SEORAE.

3.1.1. SEORAE

Penulis membuat video iklan untuk restoran *Korean barbeque* bernama SEORAE. SEORAE sudah berdiri selama 5 tahun di Indonesia di bawah PT Astra Agro Lestari Indonesia. Restoran ini menawarkan “*affordable luxury*” dan memiliki tujuan untuk memberikan *experience “in the mood for good food”*. Cabang SEORAE di Indonesia terletak di PIK, The Flavor Bliss, Mal Kelapa Gading, Yogyakarta, Semarang, Bandung, dan Makassar. Sedangkan cabang SEORAE di seluruh dunia ada 327 *outlet*.

3.1.2. *Creative Brief* SEORAE

Klien memberikan *creative brief* kepada penulis sebagai dasar dalam menciptakan konsep. *Creative brief* juga berguna agar hasil akhir video dapat sesuai dengan keinginan klien. Berikut adalah *creative brief* SEORAE:

Tabel 3.1. *Creative Brief* SEORAE

<i>Project Title</i>	<i>Video F&B</i>
<i>Client Name</i>	<i>SEORAE</i>
<i>Contact Info</i>	<p><i>Name: Cindy Rostandy</i></p> <p><i>Phone: 0812 8979 9757</i></p> <p><i>Email: cindy.asiana@gmail.com</i></p> <p><i>Mailing Address: Ruko Prominance Blok 38F No. 11-12, Alam Sutera, Tangerang, Banten.</i></p>
<i>Project Overview</i>	<p><i>A video for each SEORAE that represent restaurant's history & reputation while serving for +- 5 years (BIG THEME: Sharing Happiness).</i></p>
<i>Project Objectives</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>1. To gain customers' testimony relate to our image, reputation, and business growth.</i> <i>2. To give an impression of dining experience at Seorae & Patbingsoo (in the mood of good food).</i>
<i>Marketing Guidelines</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>1. A video that touch emotional feelings.</i> <i>2. A video that gives a strong unique identity of the restaurant.</i> <i>3. Postable at social media.</i>
<i>Display Ads</i>	<i>1 minute for SEORAE (also postable at social media).</i>
<i>Target Audience</i>	<i>Primary Demographic: 17-40 years old.</i>

<i>Call to Action</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Feel touched by the video.</i> 2. <i>Know and share to their friends about the content of video.</i> 3. <i>Understand SEORAE brand.</i>
<i>Product Look and Feel</i>	<i>SEORAE = ambience (in the mood of good food), affordable luxury (not hitting our budget), good service, good quality of food.</i>
<i>Product Message</i>	<i>SEORAE = Korean grilling which is affordable luxury, not hitting the budget.</i>
<i>Competitive Analysis</i>	<i>SEORAE vs Magal (the heaviest competitor) -> new, many branches, easier spelling of brand name.</i>
<i>Deadlines</i>	<i>By the end of 2018.</i>
<i>Other</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>SEORAE is not a new brand, but already ran for 5 years (of course more challenging to create the message of the video).</i> 2. <i>The other challenges are to touch customers heart and bring them to purchase at the restaurant.</i>

3.2. Posisi Penulis

Dalam proyek ini, penulis berperan sebagai sutradara. Penulis bertanggung jawab dari pra produksi hingga pasca produksi. Mulai dari pembuatan konsep, *casting*,

menyutradarai aktor pada saat *shooting*, dan menyutradarai aktor suara pada saat rekaman *voice over*.

3.3.Peralatan

Pada proses pembuatan video iklan SEORAE, penulis membutuhkan alat penunjang untuk membantu kelancaran proses. Alat-alat yang digunakan penulis yaitu:

1. *Laptop*

Laptop digunakan penulis untuk mencari referensi di internet, berkomunikasi, dan untuk *preview* video yang telah dibuat.

2. *Handphone*

Penulis menggunakan kamera *handphone* untuk mengambil gambar dan merekam hasil *casting*. Selain itu, penulis juga menggunakan *handphone* untuk merekam suara saat pengambilan suara *voice over*.

3. *Software* Microsoft Power Point

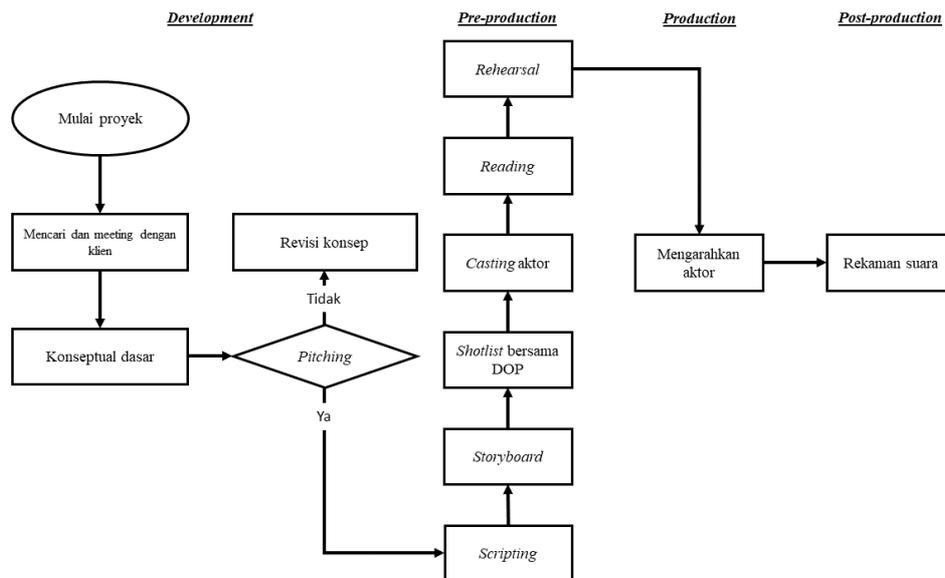
Software ini digunakan penulis untuk membuat presentasi saat *pitching* konsep iklan dengan klien.

4. *Monitor*

Pada saat *shooting*, penulis menggunakan *monitor* agar dapat *playback* hasil rekaman dari DOP dengan cepat dan efisien.

3.4. Tahapan Kerja

Tahapan kerja yang dilakukan oleh penulis dari tahap development hingga pasca produksi dapat dirangkum dalam *flowchart* berikut.



Gambar 3.1. *Flowchart* tahapan kerja penulis.

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada tahapan rekaman suara, penulis melakukan rekaman dengan aktor. Penulis membuat naskah dan menjelaskan naskah tersebut kepada aktor suara. Selain naskah, penulis juga menggunakan 3 dimensi karakter untuk membantu aktor suara dalam membangun karakter yang harus disuarakan oleh aktor suara. Penulis mengarahkan aktor untuk menyuarakan naskah agar sesuai dengan karakter yang diinginkan oleh penulis sebagai sutradara. Aktor suara mengulang-ngulang rekaman dengan diarahkan oleh penulis agar mencapai hasil yang maksimal.

3.4.1. Naskah

Dalam menyampaikan voice over video iklan SEORAE, penulis membuat naskah agar aktor suara tahu apa yang harus disampaikan. Berikut adalah isi naskah *voice over* video iklan SEORAE:

Hai, nama gue Rere
Di suatu sore, gue bertemu dengan SEORAE
Gue coba, ternyata enak!
Gue ajak temen-temen gue ke SEORAE
Rapat dengan temen kantor, juga di SEORAE
Ulang tahun papa, mama, adik-adik gue, semuanya di SEORAE
Anniversary bareng pacar juga di SEORAE
Sampe di detik-detik gue putus sama pacar, SEORAE juga jadi saksi hidup gue
Lagi galau, tapi laper, untung ada SEORAE!
In the mood for good food? We are here to make you feel good
SEORAE is here to make you feel good
SEORAE

Gambar 3.4. Naskah *Voice Over* Video Iklan SEORAE

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.5. Acuan

Penulis terinspirasi dari salah satu iklan Daihatsu Ayla #SemuaJadiAsik. Video ini memiliki kesan lucu dan semangat. Didukung oleh pemilihan aktor dan cara editing *fast cut*, video iklan #SemuaJadiAsik menjadi inspirasi bagi penulis. Iklan ini memiliki beberapa *blocking* dan kegiatan yang sama, namun berbeda kostum dan waktu. Konsep tersebut didukung oleh teknik *editing fast cut* sehingga *phase* video ini menjadi cepat dan cepat membangun emosi penonton.



Gambar 3.5. Cuplikan Iklan Daihatsu Ayla #SemuaJadiAsik (1)
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=KBm5yvxDbG4>)



Gambar 3.6. Cuplikan Iklan Daihatsu Ayla #SemuaJadiAsik (2)
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=KBm5yvxDbG4>)



Gambar 3.7. Cuplikan Iklan Daihatsu Ayla #SemuaJadiAsik (3)
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=KBm5yvxDbG4>)

Penulis juga terinspirasi dengan *voice over* dari video iklan tersebut, sehingga video iklan tersebut menjadi referensi penulis dalam menyutradarai aktor dalam rekaman suara *voice over* untuk tugas akhir penulis.