

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Gambaran Umum**

Dalam proyek tugas akhir ini, penulis dan tim melakukan produksi video promosi yang bekerjasama dengan SEORAE. SEORAE merupakan tempat makan *Korean Grill* dari Korea yang hadir di Indonesia, dan membuka gerai mereka di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara, yang merupakan cabang pertama di Jakarta. Dalam pembuatan laporan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif yaitu dengan observasi lapangan dan studi literature.

Penulis menggunakan metode ini dengan mencari sumber-sumber teori dari beberapa buku yang dapat digunakan untuk memperkuat teori dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini. Penulis mencari berbagai sumber yang berhubungan langsung dengan manajemen risiko yang bertujuan untuk membantu pembaca yang ingin mengetahui cara meminimalkan risiko saat produksi.

Observasi lapangan dipergunakan untuk melihat atau mencari beberapa contoh video promosi yang berhubungan dengan klien. Selain itu, observasi langsung ke perusahaan dipergunakan untuk mendapatkan data dan informasi lebih jelas dan spesifik untuk mendukung penggambaran sesuai tema klien itu sendiri.

### 3.1.1. Latar Belakang Perusahaan

SEORAE merupakan tempat makan *Korean Grill* dari korea yang hadir di Indonesia, di daerah Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara, dan merupakan cabang pertama di Jakarta. SEORAE sendiri sudah berjalan selama 5 tahun di Indonesia, dan memiliki beberapa cabang seperti *Pantai Indah Kapuk, Flavor Bliss (Alam Sutera), Yogya, Semarang, Mall Kelapa Gading 5, Makassar, dan Palembang*.

SEORAE itu sendiri merupakan daerah di negara korea yang mengalami musim dingin di sepanjang tahun, dengan begitu konsep resto ini adalah resto musim dingin, dimana mereka membawa kehangatan untuk para penikmat *korean grill*. Harganya yang *affordable* untuk keluarga, tempatnya yang elegan, dan juga makanan yang variatif, membuat tempat ini cocok sekali untuk segala aktivitas.



Gambar 3.1 Logo Seorae

Sumber: (<https://www.seorae.com.sg>)

Makan bersama teman, keluarga, dan juga pacar bisa dilakukan di tempat ini, juga sesuai dengan tema mereka yaitu *Sharing Happiness*, semua orang yang datang mencicipi rasa makanan ini menimbulkan rasa kebahagiaan yang

sebenarnya, ditambah dengan tagline dari SEORAE itu sendiri yaitu *In The Mood of Good Food*, menambah rasa dari tema itu sendiri. Variasi makanan seperti *Maeun Dakgalbi* (ayam pedas), *Gamgyeobsal* (daging seperti ham), *Galmaegisal*, dan lainnya. Selain itu SEORAE juga memiliki aneka *side dish*, seperti *Kimchi*, *Tteokbboki*, *Onion Ring*, *Sweet Potato*, dan lainnya.

### **3.1.2. Posisi Penulis**

Dalam pelaksanaan pembuatan video promosi ini, penulis sebagai penghubung antara pihak tim produksi dan klien, memfokuskan tahapan kerja pada bagian pra produksi.

### **3.1.3. Pencarian Klien**

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah mencari klien dimulai dari relasi antar pertemanan yang memiliki jabatan di bidang *food and beverages*. SEORAE menjadi salah satu nya, dikarenakan relasi yang dimiliki oleh salah satu tim produksi. Disitu saya mengirimkan proposal kerjasama dan mengajak klien untuk *meeting* menjelaskan kerjasama yang penulis ajukan.

Cindy Rostandy selaku *Brand Manager of SEORAE*, menjadi salah satu jembatan dari SEORAE ke tim produksi penulis. Sebelumnya penulis juga mencoba bekerjasama dengan beberapa brand seperti *cicil.co.id*, dan *berrybenka*. Untuk *cicil.co.id* sendiri, penulis sempat mengajak pihaknya untuk bekerjasama, tapi berakhir dengan negosiasi yang tidak sesuai dengan keputusan dari tim produksi penulis, kemudian untuk *berrybenka* sendiri, mereka tidak bisa

memberikan dana bantuan kepada kami, bahkan untuk membantu penyewaan alat tidak bisa, oleh karena itu kami mencoba mencari klien lain, dan pada akhirnya bertemu dengan SEORAE.



Gambar 3.2 *Cindy Rostandy, Brand Manager of SEORAE*

*Sumber: (Dokumentasi Pribadi)*

#### **3.1.4. Meeting & Wawancara**

Setelah klien menyetujui ajakan pertemuan untuk membahas kerjasama, penulis dan tim, membahas beberapa ide yang sudah disiapkan sebelumnya dengan melihat beberapa referensi yang ada. Hal ini bertujuan agar klien bisa mendapatkan pandangan akan kerjasama nantinya, dan juga memberikan keseriusan kepada klien untuk kerjasama yang telah diajukan. Karena hal ini dilakukan terlebih dahulu, maka klien menyetujui untuk melakukan kerjasama,

dan kemudian berdiskusi untuk membahas lebih lanjut untuk pembuatan video promosi ini.

Dalam setiap pertemuan yang dilakukan penulis, tidak lupa juga dituliskan dalam *minutes of meeting* sebagai rangkuman dari setiap pertemuan yang dilakukan, semua ide dan juga masukan dari klien dituliskan, sebagai bukti hasil kesepakatan yang disetujui secara bersama. Hasil diskusi akan disimpan dan dijadikan bukti yang sah dari setiap keputusan yang diambil agar tidak terjadi miskomunikasi. Setiap *minutes of meeting* ditandatangani oleh semua peserta rapat yang hadir.

### **3.1.5. Client Brief Klien**

Diskusi ide dan juga gambaran konsep berdasarkan referensi telah dilakukan di beberapa pertemuan, kemudian penulis meminta klien untuk menuliskan beberapa informasi yang berhubungan dengan gambaran perusahaan klien, baik latar belakang perusahaan atau pesan yang ingin disampaikan.

Hasil dari *client brief* digunakan sebagai ide dan gambaran konsep pembuatan video promosi yang sesuai dengan keinginan klien. Semua hasil dari *client brief* yang telah diberikan oleh klien, diberikan kepada penulis, kemudian tugas penulis sebagai *account executive* adalah memberikan informasi tersebut kepada tim.

### **3.1.6. Negosiasi Konsep & Budgeting**

Setelah *client brief* telah diberikan klien, maka tugas *creative director* adalah membentuk konsep sesuai dengan hasil dari beberapa pertemuan dengan klien. Dalam pembuatan video promosi ini, penulis dan tim membuat beberapa konsep dan ide cerita yang akan diajukan, ide cerita sudah disesuaikan dengan *client brief* dari klien itu sendiri. Revisi dalam bentuk ide cerita dibahas langsung dalam pertemuan tersebut, sehingga tercapai sebuah kesepakatan ide cerita yang akan digunakan.

Selain konsep, beberapa aspek yang dibahas adalah pemilihan aktor yang akan berperan di cerita, *budgeting* keseluruhan produksi, lokasi syuting, kostum, dan *property* yang digunakan untuk kebutuhan produksi, semua kembali lagi dengan persetujuan klien. Dalam tahap ini, penulis melakukan negosiasi dengan klien bila ada hal yang tidak sesuai dengan keinginan klien. Penulis sebagai *account executive* menjelaskan hal ini kepada klien, agar klien paham betul dengan maksud konsep yang telah diajukan.

Penulis juga merangkum semua biaya yang nantinya dikeluarkan dalam produksi, dengan perhitungan rinci setiap pengeluaran yang dibutuhkan tim produksi, kemudian diajukan kepada klien. Pengeluaran tim produksi untuk semua divisi sekitar 18 Juta Rupiah, ketika penulis mengajukan sempat terjadi negosiasi untuk mengcover beberapa aspek saja.

Awalnya klien hanya memberikan bantuan dalam bentuk lokasi syuting, makan siang untuk *crew* dan *talent*, dan *voucher* makanan, dengan bantuan yang hanya bisa menutupi 30% biaya produksi, kemudian penulis melakukan negosiasi

dengan klien dengan pengajuan tanggungan biaya penyewaan alat sebesar 12 Juta Rupiah, makan siang untuk *crew* dan *talent*, dan *voucher* makan di SEORAE.

Semua pengajuan yang dilakukan oleh penulis ke klien, diajukan klien kepada kepala perusahaan. Pada akhirnya, semua biaya yang telah dinegosiasikan telah disetujui dengan syarat, semua biaya pengeluaran dituliskan rinci agar adanya bukti yang konkrit.

### **3.1.7. Kesepakatan Produksi**

Setelah dilakukan negosiasi yang jelas, dan disetujui oleh kepala perusahaan maka penulis membuat Surat Kerjasama dengan menjelaskan beberapa rincian dalam setiap pasalnya, semua bentuk persetujuan ide, teknis pengerjaan, biaya tanggungan dari klien, proses *editing* dan perizinan lokasi. Selain adanya kesepakatan yang dituliskan dalam *meeting of minutes*, penulis tetap memastikan semuanya dengan menuliskan surat kerjasama, agar jelas dan ditandatangani diatas materai.

Penulis juga menerangkan kembali apa isi dari setiap pasal yang ada, sehingga tidak adanya kesalahan di dalam surat tersebut, sehingga semua negosiasi yang telah dilakukan, sah dengan adanya tanda tangan diatas materai. Pihak tim produksi dan pihak klien tidak boleh melanggar apapun kriteria dalam pasal yang telah ditentukan, tentunya ada sanksi bila diantara kedua belah pihak melakukan pelanggaran.

### 3.1.8. Tahap Pra Produksi & Produksi

Tahap pra produksi dilakukan setelah konsep sudah matang, kemudian penulis mencari beberapa *crew* yang dapat membantu produksi dalam pembuatan video promosi ini, setelah didapatkan beberapa kandidat, maka penulis langsung menentukan jadwal *shooting*, dan melakukan rapat *internal* untuk *crew* produksi. Penulis juga memastikan semua kebutuhan setiap divisi tercapai dan terselesaikan.

Setelah biaya yang ditanggung oleh klien diterima oleh penulis, kemudian penulis melakukan transaksi untuk penyewaan alat, dikarenakan adanya potongan setengah harga untuk penyewaan alat untuk mahasiswa, maka sisa uang yang ada digunakan untuk membeli bahan-bahan untuk artistik dan keperluan lainnya. Penulis melakukan *recheck* untuk keperluan shooting, sebelum proses produksi dilakukan.

Tahap produksi terjadi kendala waktu untuk pengambilan alat saat itu, sehingga membuat waktu *shooting* telat untuk beberapa jam, tetapi proses produksi tetap sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Penulis juga memastikan setiap divisi melakukan kerja dengan benar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Proses produksi berjalan dengan lancar, walaupun adanya pertikaian di *set* lokasi. *Crew* yang membantu menjalankan tugasnya dengan baik, talent datang tepat waktu, dan makan siang juga datang tepat waktu sehingga tidak ada masalah yang terjadi. Produksi berlangsung dari pagi hari ke malam hari, selama 2 hari, dan berjalan sesuai dengan ekspektasi tim produksi.



Dengan adanya perencanaan sebelumnya untuk anggaran yang tidak bisa ditanggung oleh klien, maka penulis dan tim produksi melakukan patungan biaya sebesar 6 Juta Rupiah. Biaya ini meliputi pembayaran *talent*, *makeup artist*, proses *online editing (sound editing)*, dan pembayaran *crew*. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan kerugian keuangan yang sebelumnya tidak bisa ditanggung oleh klien. Sebenarnya tidak terjadi kerugian dalam bentuk kehilangan uang, atau apapun, tetapi kerugian dalam bentuk negosiasi yang tidak bisa sesuai dengan kehendak tim produksi sepenuhnya.

Pada awalnya penulis berpikir bahwa semua biaya anggaran yang telah dibuat bisa ditanggung penuh oleh klien, pada kenyataannya tidak bisa. Oleh karena itu patungan yang dilakukan merupakan bentuk meminimalkan kerugian untuk produksi video promosi ini. Proses produksi selesai dengan baik, kemudian penulis memberikan *cast release* kepada setiap *talent* sebagai bukti bahwa produksi selesai, dan juga *talent* menandatangani. Dalam *cast release* ini penulis memberikan beberapa kriteria untuk *talent*, salah satunya ialah, tidak diizinkan untuk tampil di video promosi *korean grill* lainnya.

### **3.1.9. *Offline Editing, Online Editing & Delivering***

Setelah proses produksi sudah terselesaikan, maka sekarang proses *offline editing* dan *online editing* dilakukan, dikarenakan tim produksi penulis tidak memiliki *editor*, maka *director of photographer* merangkap menjadi *editor*. Proses offline dilakukan sekitar seminggu setelah produksi dilakukan, setelah proses tersebut selesai, kemudian tim produksi melakukan rapat untuk *offline editing*. Disini

penulis dan *creative director* membicarakan *offline editing* agar sesuai dengan *message* yang ingin disampaikan dari *client brief*.

Setelah dilakukannya rapat *offline editing* dan sudah dilakukan *online editing* oleh *editor*, kemudian penulis menyusun jadwal rapat untuk *offline preview* pertama dengan klien. Dalam rapat ini, klien menyetujui hasil editan *offline editing* secara *visual*, kemudian penulis disertai *creative director*, melakukan *online editing* secara *sound design*. Dikarenakan keinginan *creative director* untuk membuat *music background* untuk iklan ini, maka penulis merekomendasikan salah satu *sound designer*. Proses *dubbing* suara, dan pembuatan musik dilakukan selama seminggu, setelah itu proses *online editing* dengan *visual* dilakukan. Penulis kemudian mengadakan rapat dengan klien untuk *preview online editing*, setelah disaksikan oleh klien dan mendapat persetujuan, maka produksi ini sukses disetujui dan layak ditampilkan.

*Deadline* setiap *preview* sesuai dengan jadwal yang ada, dan klien mengapresiasi hasil karya tim produksi penulis, kemudian *delivering* video promosi ini dilakukan sebagai akhir dari bentuk kerjasama. Sesuai dengan surat kerjasama yang telah ditandatangani, video promosi ini ditampilkan di televisi *outlet* SEORAE, dan media sosial SEORAE, kedua kriteria ini sudah dilaksanakan oleh pihak klien sendiri.