



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Video corporate PT Gading Megah Jaya merupakan sebuah video yang bertujuan untuk pemasaran perusahaan. Video ini memiliki konsep transparansi yang memperlihatkan kinerja, portfolio dan proyek yang dikerjakan oleh PT Gading Megah Jaya. Dalam laporan Tugas Akhir ini, penulis akan membahas mengenai peran seorang *creative director* terhadap penggunaan infografis pada konsep transparansi di video pemasaran PT Gading Megah Jaya. Metode penelitian yang dipakai oleh penulis adalah deskriptif naratif, yaitu sebuah metode penelitian yang menjabarkan data dari apa yang diterapkan dan dialami penulis selama proses pembuatan video pemasaran PT Gading Megah Jaya.

3.1.1. Profil Perusahaan

Persaingan yang tinggi dalam bidang kontraktor menuntut sebuah perusahaan untuk lebih bekerja keras dalam melakukan pemasaran. Semenjak berdiri selama kurang lebih 29 tahun PT Gading Megah Jaya telah mengerjakan banyak proyek, namun di satu sisi belum pernah memiliki *corporate video*. Berdasarkan keterangan dalam buku profil perusahaan PT Gading Megah Jaya (2015), PT Gading Megah Jaya adalah perusahaan kontraktor yang terletak di Cengkareng, Jakarta Timur. Berdiri pada tanggal 27 November 1987 sebagai anak perusahaan dari *PT Truba Jaya Engineering*.

Dengan visi mengembangkan kemampuan dan kinerja kerja secara profesional di bidang jasa konstruksi untuk dapat bersaing secara sehat dalam pembangunan di dalam negeri maupun mancanegara. Misi perusahaan adalah memenuhi target dengan mengutamakan kepuasan klien terhadap hasil akhir proyek bangunan serta merespon klien dengan menyediakan pelayanan profesional melalui pegawai berpengalaman yang berasaskan pada sumber daya manusia terampil yang memiliki kemampuan teknis tinggi (PT Gading Megah Jaya, 2015). Penulis yang berperan sebagai *creative director* menjadikan hal tersebut sebagai latar belakang kerjasama dengan PT Gading Megah Jaya dalam pembuatan *corporate video* yang bertujuan untuk memasarkan perusahaan.

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam pembuatan video pemasaran PT Gading Megah Jaya, penulis berperan sebagai *creative director* yang membuat konsep video serta melakukan rapat kreatif dengan klien bersama dengan *account executive*. Dalam posisi ini, yang berhubungan dengan pembuatan infografis penulis melakukan riset tentang bagaimana media ini ditampilkan dengan baik sesuai dengan penggunaannya dan juga menggunakan acuan video-video yang memiliki infografis. Selain itu penulis juga mencakup sebagai *editor* dan *art director*.

3.2. Software

Berikut adalah *software* yang digunakan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir.

1. *Adobe Illustrator CC 2015* untuk membuat gambar *vector* peta Indonesia.
2. *Adobe After Effects CC 2015* untuk mendesain infografis dan membuat animasinya berdasarkan data portfolio bangunan serta proyek yang diberikan PT Gading Megah Jaya.
3. *Adobe Premiere Pro CC 2015* untuk melakukan proses *editing*.

3.3. Hardware

Berikut adalah *hardware* yang digunakan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir.

1. *MacBook Pro (13-inch, Mid 2012)* dengan spesifikasi *Intel Core i5-3210M 2.50 GHz processor, 4GB RAM*
2. *External Hard Disk Western Digital My Passport Ultra 1TB* sebagai media penyimpanan *footage video* dan data yang diberikan PT Gading Megah Jaya.

3.4. Acuan

Dalam pembuatan infografis pada video penulis menggunakan acuan berupa infografis yang sudah ada dalam *corporate video* perusahaan lain serta infografis berjenis peta lainnya untuk memudahkan pembuatan infografis dan mengambil kelebihan-kelebihan yang dimiliki infografis yang dijadikan acuan.



Gambar 3.4.1 Infografis Peta Telkom Indonesia
(*Company Profile* Telkom Indonesia, 2015)

Dalam video *company profile* PT Telkom Indonesia, infografis peta yang dipakai dianimasikan. Data muncul satu per satu sehingga penonton mudah untuk mendapatkan informasi.



Gambar 3.4.2 Infografis Peta Profil Indonesia
(*Company Profile* TFM Group, 2013)

Pada video tentang profil Indonesia milik *TFM Group* ini infografis peta dipakai untuk menampilkan banyak sekali data yang berbeda-beda. *Voice over* juga

dipakai untuk membantu informasi agar lebih cepat dipahami oleh audiens. Selain itu penulis juga mengacu pada warna logo perusahaan dalam mendesain infografis.

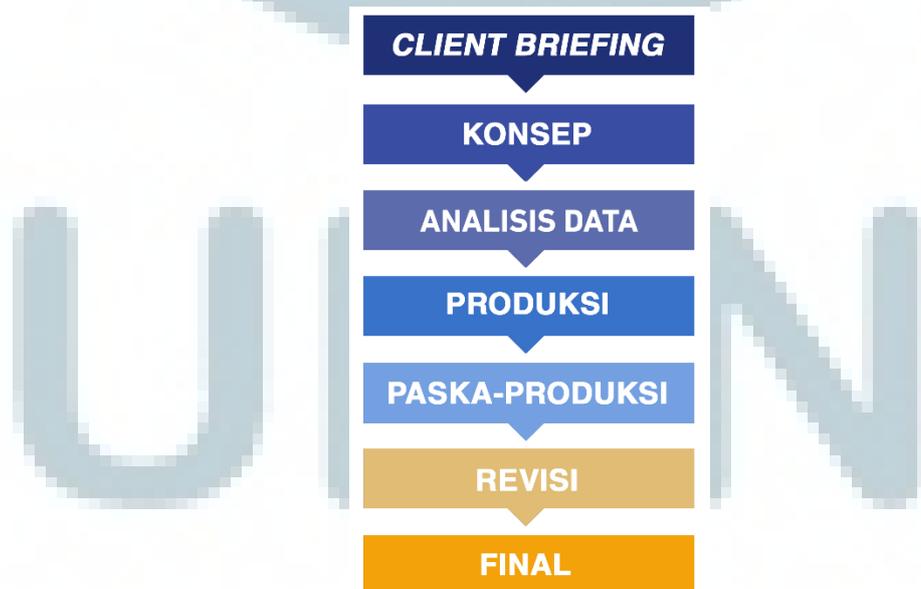


Gambar 2.5.3 Logo PT Gading Megah Jaya
(Dokumen PT Gading Megah Jaya, 2016)

Pada logo PT Gading Megah Jaya terdapat dua warna yang menonjol dan merupakan warna komplementer yaitu biru muda dan oranye

3.5. Tahapan Kerja

Tahapan kerja yang diterapkan penulis dalam pembuatan video pemasaran adalah sebagai berikut:



Gambar 3.5.1 Tahapan Kerja
(Dokumen Pribadi, 2016)

1. *Client Briefing*

Pada tahap ini penulis dengan *account executive* melakukan pertemuan dengan klien untuk membahas tentang pembuatan video pemasaran.

2. Pembuatan Konsep

Setelah mendapat kesepakatan dengan klien, penulis selaku *creative director* dalam pembuatan video membuat konsep yang berkaitan dengan perusahaan dan konten video pemasaran. Selain itu penulis juga menerapkan infografis ke dalam video sebagai perlakuan kreatif.

3. Analisis Data

Data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dianalisis untuk dimasukkan kedalam infografis.

4. Produksi

Pada tahap ini penulis melakukan pengambilan gambar yang dilakukan di kantor, bangunan hasil kerja dan lokasi konstruksi PT Gading Megah Jaya. Pada pengambilan gambar udara, penulis menggunakan jasa profesional namun tetap melakukan pengawasan saat pengambilan gambar. Penulis juga mulai melakukan pembuatan infografis.

5. Paska-produksi

Setelah melalui masa produksi penulis selaku *creative director* dan editor melakukan editing video dan memasukkan infografis yang telah dibuat kedalam video. Penulis juga membuat naskah untuk pengisian *voice over* dan mengawasi saat perekaman *voice over*.

6. Revisi

Setelah video selesai, penulis lewat *account executive* menyerahkan video pemasaran yang selesai dibuat kepada klien dan menerima *feedback* klien apakah video harus melalui revisi atau tidak.

7. Final

Setelah melalui revisi, video kembali diserahkan kepada klien dan disetujui oleh klien. Kemudian video menjadi milik PT Gading Megah Jaya untuk dapat digunakan sebagai media pemasaran dan dapat digunakan penulis sebagai karya Tugas Akhir serta portfolio.

3.6. Temuan

Dalam mengaplikasikan teori-teori yang dijadikan tinjauan pustaka dalam pembuatan infografis, penulis menemukan beberapa teori yang tidak dapat berdiri sendiri. Penggunaan warna komplementer oranye dan biru tidak dapat berdiri sendiri dalam skema warna infografis yang dibuat, untuk mengatasi hal itu penulis memasukkan warna-warna netral seperti putih, hitam, dan abu-abu untuk menunjang warna oranye dan biru dengan tetap menjadikannya sebagai skema warna utama. Penggunaan *font* Helvetica ternyata kurang cocok dengan infografis yang dibuat, sehingga penulis menggunakan *font sans serif* lainnya yang memiliki struktur huruf yang tidak jauh berbeda dari Helvetica yaitu Titillium.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.!:; ' " (!?) +-*/=

Helvetica

abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.!:; ' " (!?) +-*/=

Titillium

Gambar 3.6.1 Perbandingan Helvetica dan Titillium
(Dokumen Pribadi, 2016)

3.7. Kendala

Penulis sebagai *creative director* dalam pembuatan video pemasaran PT Gading Megah Jaya adalah membuat konsep video serta memasukkan unsur kreatif ke dalamnya. Pada pembuatan infografis dalam video pemasaran PT Gading Megah Jaya kesulitan yang ditemukan penulis adalah sulitnya mencari referensi tentang penggunaan infografis peta pada video, namun setelah melihat beberapa acuan akan video yang memiliki infografis peta di dalamnya penulis mendapat gambaran tentang infografis yang akan diterapkan pada video pemasaran PT Gading Megah Jaya.

Kesulitan kedua yang ditemukan penulis adalah menjelaskan tentang konsep infografis yang akan dipakai pada video pemasaran kepada klien karena mereka sama sekali tidak memiliki gambaran akan konsep infografis yang akan digunakan, akan tetapi dengan memberikan penjelasan serta contoh dari infografis yang akan dipakai, klien mengerti dan menyetujui konsep tersebut untuk digunakan sebagai media menginformasikan portfolio mereka.