



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 MSV Pictures dan “*Battle of Surabaya*”

Awalnya MSV Pictures (Mataram Surya Visi) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang periklanan. Pada tahun 2002 barulah MSV Pictures memasuki industri animasi. MSV Pictures mempunyai 181 karyawan di mana hanya 3 orang di antaranya merupakan karyawan paruh waktu. Karyawan paruh waktu ini direkrut dari para mahasiswa STMIK Amikom.

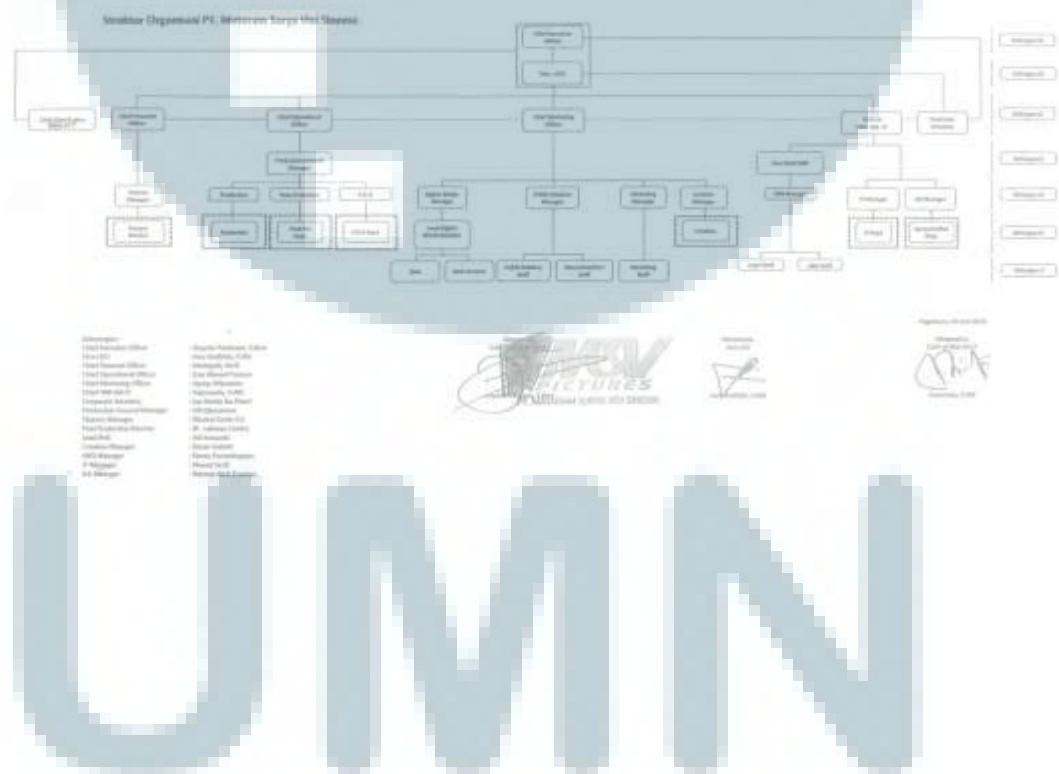
Visi dari MSV Pictures adalah untuk menjadi studio animasi yang terkenal di Asia Tenggara. Sedangkan misi dari MSV Pictures adalah menginspirasi masyarakat untuk hidup yang lebih baik, menggambar dunia melalui film animasi, dan menciptakan nilai-nilai melalui kreatifitas berbasis pada budaya.



Gambar 3.1 Penulis bersama dengan kepala bagian *marketing* dan HRD

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

MSV Pictures telah memproduksi banyak film animasi sejak 2002, film yang paling terkenal adalah *“Battle of Surabaya”* di mana film ini mendapatkan 2 penghargaan dan 1 nominasi pada festival film internasional. Karya MSV Pictures yang lainnya adalah *“Ajisaka: Fire and Ice”*, *“The Professional”*, *“The Letter to Heaven”*, *“Good Bye World”*, *”Petualangan Abdan”*, *“Lembah Halilintar”*, dan *“Jatayu”*.



Gambar 3.2 Struktur Organisasi MSV Pictures

(Sumber: MSV Pictures)

Struktur organisasi MSV Pictures merupakan jenis struktur organisasi divisional dimana para karyawan dikelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, tugas, dan lain-lain. Biasanya struktur organisasi ini ditemukan pada perusahaan besar dan memiliki jumlah karyawan yang banyak.

“*Battle of Surabaya*” merupakan animasi 2D layar lebar pertama karya MSV Pictures bekerjasama dengan STMIK Amikom Yogyakarta. Film ini dirilis pada tanggal 20 Agustus 2015. “*Battle of Surabaya*” bercerita tentang kejadian perang Surabaya pada 10 November 1945 dan cerita Musa seorang penyemir sepatu yang ditugaskan sebagai kurir penyampai pesan tentara Indonesia pada masa itu.



Gambar 3.3 Poster film “*Battle of Surabaya*”

(sumber: http://battleofsurabayathemovie.com/wp-content/themes/BOS%20V2/images/cover/New_Poster_Battle_of_Surabaya_the_movie_dolby.png)

Film ini berlatar belakang tentang perang Surabaya yang terjadi pada 10 November 1945 dan bercerita tentang Musa, seorang penyemir sepatu yang juga seorang pembawa pesan dari para pejuang Indonesia untuk para prajurit perang gerilya dan sebaliknya. Selain itu, Musa juga membawa pesan dari para prajurit perang untuk keluarganya. Bersama dengan temannya Yumna dan Danu, Musa mengalami banyak halangan dan rintangan dalam menyelesaikan misinya sampai ia harus kehilangan orang-orang di sekitarnya.

3.2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dimana penulis mengumpulkan data lewat wawancara terhadap narasumber dan menganalisa serta membandingkan data yang di dapat dari hasil wawancara dengan literatur terkait yang telah ada. Metode penelitian ini dipilih oleh penulis untuk mengetahui keterkaitan proses pra produksi pada pada promosi film animasi "*Battle of Surabaya*".

Menurut Semiawan (2010), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala atau fenomena yang ada. Untuk meneliti gejala atau fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara kepada responden dengan mengajukan pertanyaan. Informasi berupa teks dan kata-kata yang diterima kemudian dikumpulkan dan dianalisis. Hasil analisis dapat berupa penggambaran atau deskripsi, tabel perbandingan dan pemetaan. Setelah itu peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan cara menganalisa dan menginterpretasikan data yang telah didapat.

Jenis penelitian kualitatif yang dilakukan oleh penulis adalah deskriptif korelasi di mana penulis terlebih dahulu menjelaskan dan mendeskripsikan fenomena yang ada dan kemudian menganalisa apakah adanya hubungan dengan data dan informasi lain yang dikumpulkan. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada. Penelitian ini tidak mengadakan modifikasi atau perubahan pada fenomena yang ada melainkan menggambarkan kondisi fenomena tersebut apa adanya. Sedangkan penelitian kualitatif korelasional merupakan suatu metode penelitian pengumpulan data untuk menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara kedua variabel atau data yang didapat. Penulis juga menggunakan metode penelitian kualitatif historiografis, dimana penulis melacak kejadian masa lalu yang telah terjadi.

Menurut Creswell (2013), terdapat beberapa ciri-ciri penelitian kualitatif; yaitu: penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan, peneliti melakukan penelitiannya sendiri; mulai dari mengumpulkan data hingga analisa, selanjutnya penelitian kualitatif tidak hanya memiliki satu sumber data, analisis data yang induktif, perubahan rencana penelitian yang dapat berubah sewaktu-waktu, digunakannya lensa teoritis dalam melakukan studi, dan terdapat kegiatan interpretasi.

Narasumber dalam penelitian ini adalah merupakan staff HRD, Produksi dan *Marketing*. Masing –masing diwakili oleh Ibu Danny Purnaningtyas dari HRD dan Bapak Agung Wijanarko selaku kepala bagian *marketing* dan Ibu Tias Arini sebagai *In Line Producer*.

Proses pengumpulan data awal dan studi literatur dimulai dengan mencari buku yang berkaitan dengan promosi dan industri kreatif. Selain mencari buku tentang promosi dan industri kreatif, penulis juga mencari buku tentang biografi MSV Pictures dan "*Battle of Surabaya*".

Proses pengumpulan data melalui wawancara dimulai dengan menghubungi instansi terkait dengan penelitian penulis dalam hal ini MSV Pictures. Pertama susunan pertanyaan wawancara dikirim terlebih dahulu ke bagian HRD untuk di bagi-bagi kepada departemen terkait. Setelah itu penulis membuat permintaan izin untuk kunjungan ke MSV Pictures. Setelah permintaan di proses, penulis menentukan waktu untuk berkunjung dan memberitahukan kepada MSV Pictures untuk konfirmasi lebih lanjut.

Wawancara pertama dilakukan pada tanggal 15 September 2016 pada pukul 11.44 siang untuk sesi pertama wawancara dengan kepala bagian HRD, Danny Purnaningtyas. Sesi kedua wawancara dilaksanakan pada hari yang sama pukul 13.56 siang dengan kepala bagian *Marketing*, Agung Wijanarko. Semua kegiatan wawancara dilaksanakan di studio MSV Pictures, tepatnya di dalam ruangan rapat studio MSV Pictures.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan alat perekam, selain itu penulis juga membawa catatan kecil untuk memperjelas isi rekaman. Wawancara dilakukan selama 10-20 menit untuk setiap narasumber. Selain bertanya, penulis juga mengajak narasumber untuk berdiskusi sehingga jawaban dari pertanyaan yang diajukan semakin jelas.

Wawancara kedua yang bertujuan untuk validasi data dilaksanakan pada tanggal 6 Desember 2016. Narasumber dalam wawancara kedua ini adalah Ibu Tias Arini dan Bapak Agung Wijanarko. Setelah mendapatkan data dari wawancara, penulis kemudian melakukan analisis berdasarkan landasan teori yang telah ada dan berkaitan dengan topik yang dipilih penulis.

3.3. Proses Pra Produksi dan Produksi Film Animasi “*Battle of Surabaya*”

Ide awal tercetusnya film animasi “*Battle of Surabaya*” adalah ketika pada tahun 2011 dikala saat itu para staff animasi 2D MSV Pictures sedang mempunyai waktu luang setelah film animasi “*Petualangan Abdan*” tidak diterima oleh stasiun televisi lokal untuk ditayangkan. Terlebih lagi MSV Pictures berencana untuk lebih mengembangkan film 3D, sehingga para staff animasi 2D sedikit terabaikan. Dari kejenuhan inilah terpikirkan untuk membuat film animasi layar lebar.

Aryanto Yuniawan memulai “*Battle of Surabaya*” dengan 10 orang temannya yang juga merupakan staff studio MSV Pictures. Bersama dengan 10 orang temannya itu, ia pun membuat trailer untuk animasi layar lebar berjudul “*Battle of Surabaya*”. Trailer berdurasi 2 menit ini dikerjakan oleh 11 orang dan memakan waktu sekitar 3 bulan untuk menyelesaikannya.

Trailer ini pun mendapatkan prestasi yang luar biasa. Pada tahun 2012, trailer ini mendapatkan Nominasi *Appreciation Film of Indonesia* Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud), Winner *Digital Animation INAICTA*, dan *Winner Indigo Fellowship* PT Telkom Indonesia dan Nominasi *Appreciation*.

Berbekal dari prestasi-prestasi dan penghargaan inilah Aryanto Yuniawan dan kawan-kawan berhasil meyakinkan para investor dan para atasan dari MSV Pictures untuk mendukung proyek animasi layar lebar mereka. Aryanto membuktikan pada para investor bahwa dukungan mereka tidak sia-sia. Pada tahun 2013, trailer *“Battle of Surabaya”* mendapatkan penghargaan *Winner People’s Choice Award* dalam *International Movie Trailer Festival (IMTF)* dan pada tahun 2014 mendapatkan nominasi *Best Foreign Animation* pada *15th Annual Golden Trailer Award*. Bahkan ketika filmnya telah rilis, *“Battle of Surabaya”* kembali mendapatkan penghargaan yaitu, penghargaan *Gold Remi Award* pada tahun 2016.



Gambar 3.4 Gambaran umum keseluruhan proses produksi film animasi *“Battle of Surabaya”*

(Sumber: MSV Pictures)

3.4. Promosi Film Animasi *“Battle of Surabaya”*

Promosi merupakan tahapan penting dalam proses pembuatan film dan animasi. Tanpa adanya promosi, perjuangan dalam membuat film atau animasi akan menjadi sia-sia karena karya tersebut tidak akan dikenal dan menarik penonton. MSV Pictures juga berpikir demikian, ini dibuktikan dengan proses promosi yang telah dimulai jauh hari bahkan sebelum film animasi itu sendiri masuk ke dalam masa produksi.

Proses promosi yang paling awal dilakukan adalah ketika masa pra produksi di mana proses pembuatan dan pemantapan trailer masih berlangsung. Dalam masa ini, Aryanto Yuniawan secara tidak langsung mempromosikan “*Battle of Surabaya*” melalui ajang-ajang penghargaan yang diikuti dan dimenangkan oleh trailer film animasi ini. Lewat penghargaan-penghargaan yang telah dicapai inilah Aryanto Yuniawan dapat menarik investor untuk mendukung jalannya proyek pembuatan film animasi “*Battle of Surabaya*” ini.

Selain itu, MSV Pictures juga menggunakan sarana promosi lain seperti pemasangan baliho dan poster atau memasang iklan di koran dan yang paling utama, mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat, MSV Pictures juga melakukan promosi lewat media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Youtube*.

Melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* inilah “*Battle of Surabaya*” menyapa penggemarnya. Akun *Facebook* dan *Twitter* “*Battle of Surabaya*” menyapa para penggemarnya dengan sebutan akrab “Kakak”. Interaksi pun banyak terjadi di kedua akun media sosial ini, mulai dari *postingan fan art*, foto *cosplay*, dan *game-game* sederhana berupa pertanyaan seperti pertanyaan sejarah yang berkaitan dengan perang Surabaya dan sebagainya. Tidak jarang juga diadakan kontes yang menjanjikan hadiah berupa pernak-pernik dari film “*Battle of Surabaya*” sebagai hadiahnya.



Gambar 3.5 Tampilan halaman Facebook “Battle of Surabaya”

(Sumber: <https://www.Facebook.com/BattleOfSurabayaTheMovie/?fref=ts>)



Gambar 3.6 Tampilan halaman Twitter “Battle of Surabaya”

(Sumber: https://Twitter.com/BOSMovie_ID)

Selain melalui media sosial, “Battle of Surabaya” juga melakukan promosi melalui website resminya (<http://battleofsurabayathemovie.com/>).

Website ini berisi tentang “*Battle of Surabaya*” seperti: trailer, game, foto, poster, data tentang tokoh, pertanyaan-pertanyaan seputar film dan lain-lain.



Gambar 3.7 Tampilan *website* film animasi “*Battle of Surabaya*”

(Sumber: <http://battleofsurabayathemovie.com/>)

Game juga dilirik oleh “*Battle of Surabaya*” sebagai media promosi untuk film animasi tersebut. Ini dibuktikan dengan adanya *game* “*Battle of Surabaya Run*” yang dirilis pada tahun 2014. *Game* ini merupakan *game running* sederhana dimana pemain mempunyai misi untuk mengkoleksi surat dengan cara melompat dan menyalip (*sliding*) sambil berlari menghindari rintangan yang ada. *Game* ini kemudian dikembangkan menjadi “*Battle of Surabaya Run II*” yang dirilis pada tahun 2015 dengan grafis yang lebih bagus dan menarik.



Gambar 3.8 Tampilan game “*Battle of Surabaya*” Run II

(Sumber: Google Play)

Selain di dunia maya, “*Battle of Surabaya*” juga berpromosi di dunia nyata. Jenis promosi yang dilakukan bermacam-macam. Mulai dari menjual pernak-pernik seperti *mug*; kaos; stiker dan lain-lain, hingga membuka stand pada *event-event* seperti AFA (*Anime Festival Asia*). Tidak hanya sampai di situ, popularitas film animasi “*Battle of Surabaya*” membuat MSV Pictures banyak mendapat kunjungan dari berbagai instansi seperti sekolah-sekolah. Hal ini juga dimanfaatkan oleh MSV Pictures untuk mempromosikan film animasi “*Battle of Surabaya*” lebih jauh lagi.

Teknik promosi lainnya yang dilakukan oleh MSV Pictures adalah menggunakan artis terkenal dalam proyek film animasi “*Battle of Surabaya*”. Pengisi suara untuk karakter-karakter dalam film animasi ini merupakan artis-artis ternama seperti Maudy Ayunda sebagai Yumna dan Reza Rahardian sebagai

Danu. Selain itu, lagu *original soundtrack* “*Battle of Surabaya*” juga dibawakan oleh Angela Nazar dan lagu-lagu pengiring lain juga dibawakan oleh artis-artis terkenal seperti Afgan, Ungu, dan Sherina.



Gambar 3.9 Cover album *original soundtrack* “*Battle of Surabaya*”
“Meningatmu” oleh Maudy Ayunda

(Sumber: http://4.bp.blogspot.com/-5ZVrVJmG6UE/Vdf_YZamMJI/AAAAAAAAEp8/HWGcn3csTfg/s640/Angela%2BNazar%2B-%2BMeningatmu%2B%2528OST.%2BBattle%2Bof%2BSurabaya%2529.jpg)

3.5. Peran MSV Pictures dalam Industri Kreatif Indonesia

MSV Pictures juga memberikan kontribusi dalam perkembangan industri kreatif di Indonesia. MSV Pictures yang terkenal melalui film animasi “*Battle of Surabaya*” ini membuka studionya untuk menerima para peneliti animasi dari berbagai institusi untuk belajar dan mengetahui proses kreatif apa saja yang terjadi di MSV Pictures. Setidaknya ratusan institusi dari berbagai daerah maupun luar negeri datang ke MSV Pictures untuk melakukan penelitian tentang proses

kreatif di MSV Pictures. MSV Pictures juga aktif dalam kegiatan forum animasi di Indonesia khususnya di Yogyakarta dengan cara memberikan masukan dan pendapat tentang perkembangan animasi di Indonesia.

Selain itu, MSV Pictures juga mempunyai program yang bernama “*MSV Animation School*” dimana siswa yang mengikuti program ini akan dibekali dengan berbagai keterampilan di dunia animasi seperti: keterampilan gambar, menggambar seni konsep, pemahaman konsep, dan lain-lain. Pada akhir masa belajar, para peserta program akan membuat pameran dari hasil karya kreatif mereka. Diharapkan setelah mengikuti program ini, para siswa dapat menjadi tenaga profesional di bidang animasi.

MSV Pictures juga mendedikasikan diri sebagai inkubator pembelajaran animasi dari SMK-SMK di seluruh Indonesia. Di mana dalam program inkubator ini para siswa SMK dari seluruh Indonesia akan belajar bersama dengan para profesional di MSV Pictures dan melakukan proses produksi animasi dengan mutu dan kualitas industri.

Dengan adanya program-program seperti ini, diharapkan pengetahuan tentang dunia animasi akan semakin berkembang dan tenaga-tenaga terdidik akan semakin tersedia. Jika tujuan ini dapat tercapai maka diharapkan animasi Indonesia akan semakin maju dan menjadi yang terbaik di kawasan Asia Tenggara.