



### **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**

Dalam proyek Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai produser. Menurut penulis, sebagai seorang produser sangat penting untuk dapat bernegosiasi terhadap pihak-pihak yang bekerja sama dengan tim produksi. Teknik dan strategi negosiasi pun bermacam-macam, namun semuanya merujuk pada keuntungan yang didapat dan kesepakatan dari kedua belah pihak.

Prastowo (2011) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengandalkan pengamatan dan pengalaman yang terjadi langsung di lapangan (hlm. 22-24). Penelitian ini lebih berfokus pada informasi yang didapat, bukan banyaknya data yang didapatkan. Maka dari itu peneliti harus peka terhadap setiap informasi dalam proses pengumpulan informasi (hlm. 208-209).

Dalam metode penelitian kualitatif, data-data yang disajikan penulis berupa informasi atas pengalaman yang didapatkan langsung ketika terjun ke lapangan. Data ini akan dibandingkan dengan teori yang terdapat pada Tinjauan Pustaka yang berisi teori-teori. Ini semua ditujukan agar penulis memahami peran penulis sebagai produser yang akan bernegosiasi langsung dengan pihak-pihak yang akan bekerja sama dengan penulis dalam proses pembuatan video iklan.

### **3.1.1. Sinopsis/Latar Belakang Perusahaan**

Tafso Barn adalah sebuah cafe yang terletak di Kawasan Wisata Punclut, Lembang dan berdiri sejak 2016. Tafso barn sendiri merupakan cafe tematik yang unik karena berada pada bukit-bukit yang mengarah ke pemandangan Kota Bandung dan luas dari Tafso Barn adalah 2000m<sup>2</sup>. Tafso Barn yang ramah lingkungan dan ramah anak sendiri memiliki nilai yang dibawa yaitu “*Comfortable, Memorable, Affordable*” dengan target market semua kalangan.

### **3.1.2. Posisi Penulis**

Pada pembuatan video iklan Tafso Barn, penulis berperan sebagai produser yang bertanggung jawab dalam mengatur seluruh proses produksi dari awal hingga akhir, terlebih bernegosiasi dengan klien dan pihak ke-tiga untuk mendapatkan kesepakatan sebelum proses produksi dimulai.

### **3.1.3. Peralatan**

Peralatan yang digunakan dalam menyelesaikan laporan ini sebagai berikut:

1. *Budget*
2. *Script*
3. *Client Brief*

### **3.2. Langkah-langkah Riset**

1. Dalam penulisan tugas akhir, penulis ingin mengetahui tentang bagaimana bernegosiasi dengan pihak-pihak yang akan bekerja sama dengan tim produksi penulis.

2. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif dengan mengadakan wawancara dengan narasumber yang ahli pada bidang ini. Alasan penulis menggunakan metode kualitatif adalah agar penulis dapat mengetahui pandangan narasumber untuk memperoleh informasi dan pemahaman yang lebih mendalam.
3. Dari hasil wawancara, penulis akan mengolah data dan mengaitkan dengan teori yang ada pada Tinjauan Pustaka.
4. Setelah penulis mengolah data dan menganalisa pada Bab 4, penulis akan membuat kesimpulan akhir pada Bab 5.

### **3.3. Tahapan Kerja**

Penulis akan memfokuskan tahapan kerja pada proses pra produksi dalam menerapkan negosiasi dengan pihak-pihak yang akan bekerja sama dengan tim produksi penulis hingga pasca produksi.

#### **3.3.1. Pra Produksi**

1. Pada awalnya, penulis dan tim produksi mencari calon klien dengan mengontak salah satu pemilik perusahaan Tafso Barn, Hendrik. Pemilihan Tafso Barn sebagai klien pertama dikarenakan sutradara tim produksi sering berkunjung ke Tafso Barn dan pernah berkomunikasi langsung oleh salah satu pemilik Tafso Barn untuk mengiklankan Tafso Barn.
2. Penulis mendapatkan kabar bahwa pihak Tafso Barn masih tertarik dengan tawaran pembuatan video oleh tim produksi penulis.

3. Penulis bertemu dengan klien dan mendapatkan *brief*. Penulis memberikan surat perjanjian kerja dengan klien.
4. Penulis membuat konsep dasar dan menunjukkan referensi video serta membuat anggaran yang diberikan kepada klien.
5. Penulis mendapatkan kabar dari klien bahwa klien cukup menyetujui konsep yang diberikan oleh tim produksi penulis, namun klien menginginkan untuk menambahkan unsur cerita asli yang memotivasi penonton video iklan Tafso Barn.
6. Setelah mengetahui *brief* tambahan dari klien Tafso Barn, penulis dan tim produksi mendiskusikan perubahan yang diinginkan oleh klien. Menggunakan unsur cerita asli yang memotivasi penonton dirasa kurang cocok untuk ditambahkan pada konsep cerita awal sehingga tim produksi memberikan konsep lain yang lebih menjual unsur cerita asli dan memotivasi tersebut.
7. Tim produksi mencari calon aktor yang memiliki cerita hidup yang inspiratif dan tim produksi mewawancarai calon aktor untuk mengumpulkan data yang akan diolah menjadi skenario.
8. Klien setuju dengan skenario, konsep baru dan calon aktor yang tim produksi tawarkan dikarenakan lebih cocok dengan salah satu nilai yang ingin dibawah oleh Tafso barn yaitu “*Memorable*”.

9. Setelah konsep disetujui oleh klien, tim produksi mulai memikirkan jarak lokasi Tafso Barn yang cukup jauh yaitu di Lembang. Maka itu, penulis mulai membuat anggaran budget yang kemudian dirasa oleh klien terlalu besar.
10. Penulis berdiskusi dengan klien tentang *fee* aktor yang terlalu mahal, penulis mencoba untuk menjembatani antara aktor dan klien untuk mendapatkan titik temu harga dengan cara penulis mencoba untuk berdiskusi dengan aktor tentang penurunan *fee* aktor dengan membandingkan jam *shooting* aktor yang tidak *full day* dengan tawaran *fee* yang diberikan oleh aktor pertama kali. Aktor setuju dengan penurunan *fee* dengan ketentuan jam *shooting* yang disepakati bersama.
11. Penulis berdiskusi dengan klien tentang biaya penyewaan peralatan kamera dan *sound*. Penulis memberikan solusi untuk meminjam peralatan kamera dan *sound* ke kampus (Universitas Multimedia Nusantara) serta menyewa dari teman-teman yang memiliki peralatan tersebut dan memiliki harga di bawah rental alat untuk memperkecil biaya penyewaan peralatan kamera dan *sound*.
12. Penulis berdiskusi dengan klien tentang biaya akomodasi. Penulis berusaha menjelaskan tentang kebutuhan tim produksi dan aktor yang berjumlah kurang lebih 15 orang untuk menggunakan minimal 3 mobil pribadi dan bermalam di villa/ homestay dikarenakan untuk meminimalisir hari *shooting* dengan tenaga kerja tim produksi yang memadai. Klien memberikan kebebasan pada penulis untuk menentukan keputusan yang di ambil dengan syarat *budget* paling rendah.

13. Penulis mencoba mencari lokasi penginapan. Lokasi yang dipilih oleh penulis adalah Villa Istana Bunga dan Homestay Villa Shinta. Membandingkan harga dan jarak dengan lokasi shooting, penulis memilih Homestay Villa Shinta sebagai pilihan terbaik. Selanjutnya penulis berdiskusi dengan pemilik Homestay Villa Shinta untuk memberikan harga terbaiknya. Penulis dan pemilik villa akhirnya mendapatkan kesepakatan.
14. Penulis memberikan tawaran kepada klien untuk memotong biaya konsumsi dengan cara, klien menyediakan konsumsi untuk tim produksi dan aktor pada hari shooting. Klien menyetujui tawaran tersebut.
15. Dikarenakan biaya produksi *over-budget* dan penulis tidak dapat memotong biaya produksi lagi, klien memberikan tawaran untuk mencarikan klien beberapa *promoter* di *instagram* yang bersedia mempromosikan video iklan dan klien akan memberikan tambahan biaya untuk produksi. Penulis menyetujui dan mulai mencari *promoter* yang bersedia mempromosikan video iklan tersebut.
16. Disela-sela penulis melakukan diskusi dengan klien dan pihak-pihak ke-tiga yang akan bekerja sama dengan tim produksi, anggota tim produksi mempersiapkan konsep secara lebih matang dan melakukan *test camera* dan *recce* untuk memberikan gambaran ke klien tentang *look* yang akan dibuat.

17. Klien cukup setuju dengan hasil yang tim produksi tampilkan. Ada sedikit perubahan dengan skenario yang mempengaruhi teknik pengambilan gambar yang akan dilakukan saat *shooting*. Namun klien mempercayakan pada tim produksi untuk merubah dan menambahkan teknik pengambilan gambar tersebut sesuai dengan arahan klien. Penulis dan tim produksi semakin mematangkan proses dan peralatan yang dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan *shooting*.
18. Sebelum proses produksi, penulis membuat *schedule*, *shotlist*, *storyboard* dan diberikan kepada seluruh kru dan klien agar seluruh kru dan klien memiliki satu pemikiran yang sama tentang video iklan yang dibuat dan proses produksi berjalan dengan lancar.
19. Satu hari sebelum hari produksi, penulis, tim produksi, seluruh kru dan aktor berangkat ke penginapan untuk beristirahat dan mempersiapkan hari *shooting* yang bertujuan untuk memaksimalkan stamina seluruh kru dan aktor. Penulis memastikan seluruh peralatan yang akan digunakan pada hari produksi berfungsi dengan baik dan tidak ada yang tertinggal.

### **3.3.2. Produksi**

1. Produksi dilakukan selama dua hari. Hari pertama produksi, seluruh kru membawa peralatan yang dibutuhkan untuk proses produksi. Penulis memastikan kepada klien tentang lokasi, konsumsi dan properti yang disediakan oleh pihak Tafso Barn.

2. Pada hari pertama *shooting*, klien tidak datang untuk melihat proses produksi. Namun penulis berkomunikasi dengan klien untuk mengabarkan jalannya proses *shooting*. Proses produksi berlangsung dari pagi sampai sore.
3. Hari kedua *shooting*, masih dilakukan di lokasi Tafso Barn. Penulis kembali memastikan seluruh peralatan dan properti yang digunakan tidak tertinggal di *homestay*. Pada hari ke dua klien hanya datang sebentar untuk melihat proses *shooting*. *Shooting* berlangsung dari pagi hingga tengah hari.
4. Setiap selesai *shooting* per harinya, penulis memastikan seluruh data hasil *shooting* baik audio maupun visual di *back up* minimal 2 laptop dan 2 eksternal *hard disk*.

### 3.3.3. Pasca Produksi

1. Setelah proses produksi selesai, penulis memantau editor dan memberikan jadwal kepada editor agar proses editing tepat waktu.
2. Penulis memberikan *preview* 1 kepada klien. Klien menginginkan agar narasi yang diucapkan dalam video kata-katanya lebih sederhana dan dapat menginspirasi banyak orang.
3. Penulis memberikan pendapat dan bahan revisi kepada editor.
4. Editor menyelesaikan revisi dan penulis kembali mengirimkan hasil revisi ke klien. Klien menyukai hasil revisi dan meminta untuk memperbaiki tulisan saja.

5. Penulis meminta editor untuk memperbaiki tulisannya dan hasilnya diberikan kepada klien.
6. Video final sudah selesai dan siap diberikan kepada klien.

#### 3.4. Wawancara



Gambar 3.1. Foto Narasumber  
(Dokumentasi Pribadi)

Penulis menggunakan metode kualitatif yaitu dengan mengadakan wawancara dengan narasumber yang ahli dibidang ini. Narasumber tersebut bernama M. Mendiarto Djugorahardjo, MBA sebagai seorang profesional di dunia pemasaran, penjualan, distribusi dan *services* di Industri *Consumer Goods, Industrial Product, Stationary, Office Equipment* dan *Retailer* selama 22 tahun.

Selain itu beliau juga berperan sebagai konsultan di bidang yang sama selama 16 tahun, sehingga pengalamannya di bidang tersebut hampir selama 40 tahun. Kegiatan rutin beliau selain sebagai konsultan perusahaan multi nasional untuk industri produk konsumen, kosmetik, *beverages*, farmasi, jasa telekomunikasi, perbankan, perhiasan dan printing, beliau juga menjadi pembicara dan konsultan serta menulis rubrik tentang *selling* dan *distribution* dan telah mengarang 6 buah buku, yaitu:

1. A~Z Sukses Dongkrak Penjualan (2015)
2. A~Z Sukses Dongkrak Motivasi (2016)
3. A~Z Sukses Dongkrak Inspirasi (2016)
4. 100 Successful Billionaire Mindsets (2016)
5. 38 Inspirasi Sukses (2017)
6. Ayahku Pahlawanku (2017)

Selain itu beliau juga masih aktif sebagai aktivis sosial yaitu Dewan Pembina AMA (Asosiasi Manajemen) Indonesia, Dewan Pembina Yayasan Santo Yakobus dan Dewan Pembina *Billionaire Mindsets*.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.4.1. Daftar Pertanyaan

Daftar pertanyaan yang ditanyakan penulis kepada narasumber adalah sebagai berikut:

1. Apakah yang dimaksud dengan negosiasi?
2. Apakah negosiasi dengan menawar berbeda?
3. Apakah negosiasi penting untuk membangun hubungan kerja sama dengan pihak lain?
4. Bagaimana cara negosiasi yang benar?
5. Apakah keuntungan dari melakukan negosiasi?
6. Apakah kekurangan dari negosiasi?
7. Apa yang membuat pihak yang akan bekerja sama percaya kepada penulis?
8. Bagaimana cara agar negosiasi berhasil?

