



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 melakukan metode pengumpulan data terkait perancangan konsep dan isi *creative brief*, penulis coba menerapkan metode pengumpulan data kualitatif sebagai acuan. Creswell (2008) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk memahami suatu gejala. Untuk memahami suatu gejala, peneliti mengajukan suatu pertanyaan pada narasumber, kemudian informasi yang didapat dikumpulkan menjadi satu dan dianalisis. Hasil analisis dalam bentuk deskripsi maupun penggambaran. Raco (2010) juga menambahkan tujuan penggunaan metode kualitatif adalah untuk mencari pengertian suatu gejala, fakta dan realita. Gejala, fakta dan realita dapat dipahami jika peneliti menelusurinya bukan hanya permukaan saja, tetapi secara mendalam (hlm. 1-2).

Perancangan konsep dan isi *creative brief* penulis dapatkan dari 2 sumber data primer dan sekunder. Data primer yang didapat pada saat wawancara dengan narasumber selaku klien dan isi materi dari *client brief* yang dibuat oleh *account executive*. Sementara data sekunder dalam pembuatan konsep penulis dapatkan dari beberapa video dan iklan yang dijadikan sebagai acuan dalam penarapan multimedia interaktif.

3.2 Profil Perusahaan

Pertamina merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas mengelola penambangan minyak dan gas bumi di Indonesia. Pertamina berdiri pada tanggal 10 Desember 1957, yang pada saat itu didirikan dengan nama PT Permina. Pada tahun 1961 PT Permina berganti nama menjadi PN Permina dan setelah bergabung dengan PN Pertamina di tahun 1968 berubah menjadi PN Pertamina.



Gambar 3.1 Logo Pertamina

(www.pertamina.com)

Akibat perkembangan teknologi, menjadikan tiap - tiap perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, terlebih Pertamina bukan satu-satunya perusahaan yang mengelola minyak dan gas. Hal ini membuat Pertamina harus membuat strategi, salah satunya adalah dengan menerapkan strategi penerapan *Knowledge Management* (KM).

Nama *Knowledge Management* milik Pertamina adalah KOMET. KOMET pertama kali dikenalkan pada November 2008, dengan maksud guna melestarikan aset perusahaan yang berupa pengetahuan, keterampilan dan pengalaman operasional dari tiap-tiap individu baik pimpinan maupun pekerja.



Gambar 3.2 Logo Komet Pertamina
(twitter.com/komet_pertamina)

KOMET memiliki media-media untuk berbagi pengetahuan yang dapat dijangkau oleh seluruh karyawan Pertamina antara lain *offline* dan *online*. *Sharing forum offline* meliputi, *workshop*, *internal meeting* dan media. Sementara *sharing forum online* meliputi, Portal dan Webinar. Webinar merupakan singkatan dari dua kata yaitu *Web* dan *Seminar*, yang disingkat menjadi webinar. Webinar adalah seminar berbasis online yang dikerap dilakukan oleh KOMET (Supriyanto, 2010).

3.2.1 Visi

Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia.

3.2.2 Misi

Misi perusahaan adalah menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat.

3.3 Sinopsis

Doni (40) seorang petinggi perusahaan minyak dan gas PT Pertamina Persero (BUMN) yang dalam kesehariannya selalu sibuk dengan urusan kantor, hingga lupa meluangkan waktunya untuk keluarga.

Alih-alih demikian, ia kerap kali mewakili kantor cabangnya untuk menghadiri acara forum dikantor cabang lain. Akibatnya anak tidak mengenalinya, dan istri membuat sayembara, bagi siapa saja yang mengetahui keberadaan suaminya akan diberikan imbalan. Karena kesibukan urusan kantor yang membuat ia tidak bisa membagi waktu, webinar hadir sebagai sebuah solusi atas permasalahannya.

Webinar merupakan aplikasi seminar berbasis *web(online)* yang memudahkan penggunaanya untuk tidak perlu bertatap muka. Dengan berbasis *web(online)*, Doni tidak perlu menghadiri forum dikantor cabang lain, cukup dengan login aplikasi webinar ia dapat bertatap muka secara tidak langsung dengan kantor cabang lain, sehingga dari segi waktu, tempat, dan biaya jauh lebih efisien.

3.4 Posisi Penulis

Pada Tugas Akhir ini, posisi penulis sebagai *creative director*, dimana peran CD menjadi jembatan antara tim kreatif berdasarkan *creative brief*, dengan klien berdasarkan *client brief* yang dibuat oleh *account executive*. Sebagai kepala dari tim kreatif, CD bertanggung jawab penuh atas konsep kreatif dengan cara mengawasi tim kreatif supaya sesuai dengan aspek yang diinginkan klien hingga memikirkan strategi pemasaran tepat sasaran.

3.4.1 Peralatan

Peralatan yang digunakan penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini adalah alat tulis, seperti *notes* dan pulpen untuk membuat catatan kecil *brief* dari klien. Selain

itu penggunaan laptop sebagai alat bantu untuk membuat *creative brief*, juga untuk melakukan riset.

3.5 Tahapan Kerja

Penulis selaku CD merupakan jembatan antara tim kreatif dengan *client brief* yang dibuat oleh *account executive* sebagai acuan dalam perancangan konsep. Berikut merupakan tahapan kerja penulis selaku CD.

3.5.1 Pra Produksi

1. Penulis ikut berdiskusi langsung dengan klien persoalan masalah dan evaluasi pada video Webinar yang sebelumnya, dimana evaluasi dan keresahan klien dijadikan sebagai kata kunci penulis dalam menentukan konsep yang akan didiskusikan dengan tim kreatif.
2. Penulis membuat konsep yang kemudian dibicarakan dengan *art director* dan *copywriter*.
3. Bersama dengan *account executive*, penulis menjelaskan konsep dan *account executive* membuat janji dengan klien.
4. Pada saat bertemu klien, penulis menjelaskan dan presentasikan konsep.
5. Setelah konsep disetujui klien, penulis bekerja bersama *art director* dan *copywriter* untuk membahas naskah dan rancangan visual.

3.5.2 Produksi

Pada proses ini, penulis selaku *creative director* bersama *art director* berada didepan monitor/layar untuk berdiskusi dan mengarahkan supaya proses eksekusi berlangsung dengan baik dan sesuai harapan. Selain itu juga, pada saat cuaca tidak mendukung, penulis berdiskusi dengan bersama *copywriter* memutuskan bagian mana yang dapat dibuang dan dirasa aman dalam keutuhan cerita

3.5.3 Pasca Produksi

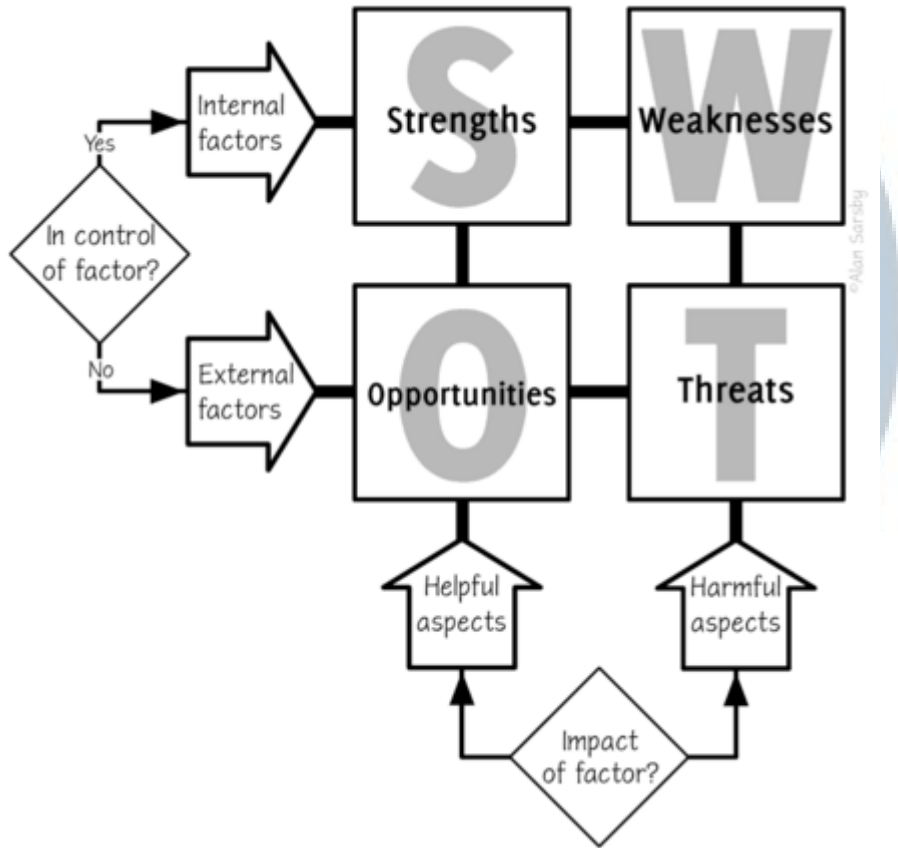
Selama proses pasca produksi, penulis bersama tim berperan ganda dalam pengerjaan proses *editing* dan mengarahkan tim dalam penerapan konsep multimedia interaktif dapat berhasil diterapkan.

3.6 Acuan

Dalam pembuatan konsep video sosialisasi Webinar ini, penulis memiliki beberapa referensi yang dijadikan sebagai acuan. Pembuatan *creative brief* berdasarkan teori Wells (2005) dengan beberapa poin penting dalam *creative brief*, analisis *SWOT* dan video iklan interaktif. Berikut acuan referensi yang penulis gunakan dalam perancangan konsep, yakni:

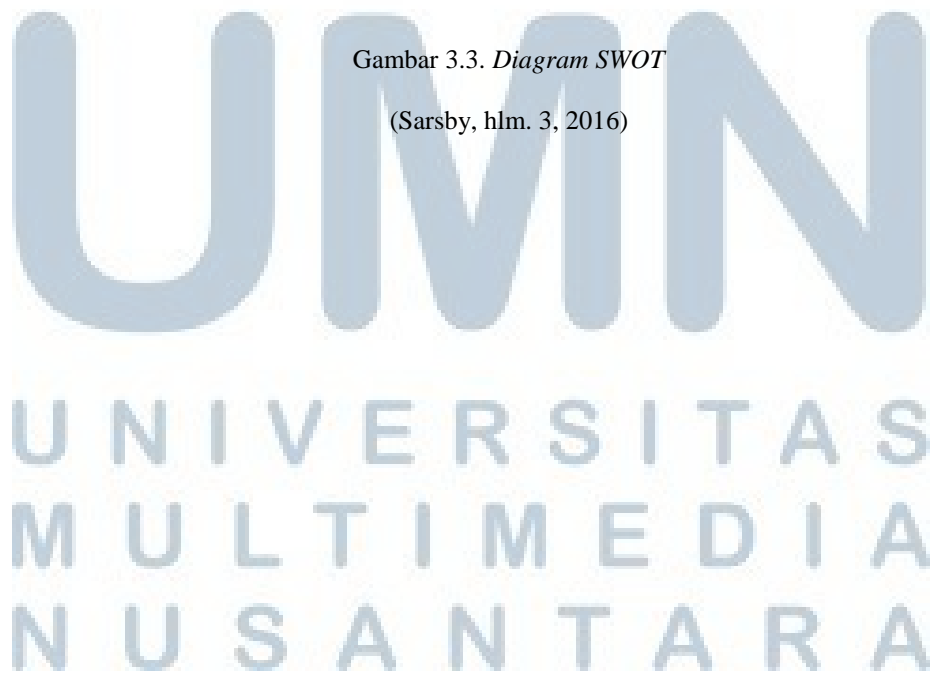
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1. Diagram *SWOT*



Gambar 3.3. *Diagram SWOT*

(Sarsby, hlm. 3, 2016)



2. *Take the Knife interactive video*



Gambar 3.4 Acuan video
(youtube, Film Fun Stuff)

3. *Golden Touch interactive music video*



Gambar 3.5 Acuan video
(youtube, Amuro Namiech)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA