



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

1.1. Gambaran Umum

Materi yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan *storyboard* dari proyek skripsi penciptaan yang penulis kerjakan yaitu *corporate video* PT. Ekadharna International Tbk. Penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang nantinya akan menghasilkan data secara deskriptif. Metode tersebut dipilih karena menurut Sadikin (dalam Wibowo,2013) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya.

Menurut Creswell (2003) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bergantung pada teks dan gambar. Penelitian ini menganalisis kejadian-kejadian, peristiwa dan keadaan sehingga hasilnya bukan dalam bentuk angka (hlm. 70). Dalam penulisan ini, data-data yang nantinya akan digunakan berupa *creative brief* yang dibuat oleh *creative director*, dengan konsep utama *trustworthy*. Data tersebut nantinya akan digabungkan dengan *storyboard* dan beberapa contoh visual yang telah dibuat.

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

1.1.1. Sinopsis

Cerita dalam *corporate video* ini akan mengikuti alur pembuatan produk pita perekat dimulai dari proses produksi, pengemasan hingga akhirnya didistribusikan kepada konsumen. Proses alur cerita ini dipilih karena merupakan salah satu cara transparansi perusahaan kepada publik. Dengan menunjukkan alur pembuatan pita perekat, maka publik lebih mengenal bagian dalam pabrik PT. Ekadharna serta mengetahui bahwa mutu dan kualitas dijaga dengan baik di dalam pabrik tersebut.

1.1.2. Posisi Penulis

Posisi penulis dalam pembuatan *company profile* ini adalah sebagai *Art director*. Dalam posisi ini, penulis merancang seluruh keperluan visual yang diperlukan untuk diberikan kepada *client*, dari ketika tahap pra-produksi yaitu pembuatan desain proposal, *storyboard*, dan foto survei. Lalu masuk ke tahap produksi yaitu mengambil seluruh keperluan gambar yang diperlukan dalam *corporate video* hingga akhirnya ketika pascaproduksi menentukan hasil gambar video bersama *editor* dan mendesain keperluan *production handbook*.

1.2. Tahapan Kerja

Dalam memulai proses pembuatan *corporate video* ini, pertama-tama penulis mencari koneksi untuk ke perusahaan/instansi yang sedang membutuhkan pembuatan iklan baik untuk TVC maupun *corporate video*. Setelah itu, penulis mendapat kabar bahwa Indra Susanto (*copywriter*) memiliki saudara bernama Fransiska Megawati yang bekerja di PT. Ekadharna International Tbk. Setelah mendapat kabar tersebut, penulis melakukan riset di internet apakah perusahaan

tersebut pernah membuat *corporate video* atau TVC. Setelah melakukan riset tersebut, penulis menemukan bahwa perusahaan tersebut belum pernah membuat *company profile* dalam bentuk video. Namun PT. Ekadharma sudah memiliki iklan mengenai produk-produk pita perekat mereka. Lalu penulis mengatur jadwal untuk bertemu pertama kali dengan Ibu Fransiska. Hasil dari pertemuan tersebut adalah pembuatan proposal untuk nantinya dipertemukan dengan direktur marketing perusahaan (Pak Henry) serta jadwal untuk survei melihat pabrik utama mereka yang berada di Pasar Kemis, Tangerang.

Setelah pembuatan proposal dan diberikan kepada *client*, Pak Henry memutuskan bahwa perusahaan tersebut membutuhkan *corporate video*. Lalu penulis mempertanyakan berbagai macam keperluan untuk mendapatkan *client brief* dan membuat *creative brief*. Setelah mendapatkan hasil tersebut, barulah konsep serta *storyboard* dibuat. Konsep awal yang dibuat oleh *creative director* adalah *reliable*. *Storyboard* dibuat berdasarkan konsep tersebut. Penulis sempat mengalami beberapa kali revisi untuk penambahan karena kurang lengkap di bagian produk, distribusi serta model market.

Setelah *client* menyetujui *storyboard*, *art director* mulai membuat jadwal *shooting*. *Shooting* pertama kali dilakukan di pabrik utama yang berada di Pasar Kemis, Tangerang. Pabrik ini di-*take* terlebih dahulu karena merupakan satu-satunya pabrik yang memproduksi seluruh kebutuhan pita perekat yang di distribusikan ke seluruh Indonesia. Selain itu, penulis mengambil gambar di pabrik terlebih dahulu karena akan digunakan untuk rapat RUPS pada tanggal 17

Mei 2018. Jadi penulis membuat *teaser corporate video* terlebih dahulu. Setelah itu, penulis mengambil gambar di *model market* mereka yaitu Indomaret. Lalu dilanjutkan dengan *shooting* di Sunter untuk proses distribusi serta toko alat tulis yang langsung mendapat distribusi dari PT. Ekadharna. Hingga akhirnya proses *shooting* selesai di gudang baru yang berada di Karawang.

Karena ketika awal produksi penulis telah membuat *teaser*, maka proses selanjutnya adalah menggabungkan serta melengkapi seluruh kebutuhan *corporate video* seperti proses distribusi, penghargaan dan lain-lain. Setelah *editing* selesai, video tersebut ditunjukkan kepada *client*. Sempat terjadi revisi ketika *client* meminta untuk pengurangan *footage* di bagian pabrik serta penambahan penulisan daerah 35 cabang di bagian gambar peta.

1.3. Acuan

Tentunya pengerjaan proyek skripsi penciptaan ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya acuan dari proyek-proyek video sebelumnya. Oleh karena itu, berikut ini adalah beberapa acuan yang menjadi referensi penulis dalam pembuatan *corporate video* untuk perusahaan PT. Ekadharna International Tbk.



Gambar 3.1. Referensi *storyboard*

(Hart, 2007, hlm. 42)

Gambar 3.1. merupakan referensi penulis untuk mencari *style* seperti apa yang cocok untuk menggambar *storyboard corporate video* perusahaan ini. Penggunaan warna hitam dan putih dipilih dengan mempertimbangkan pengambilan gambar dilakukan di dalam pabrik, sehingga penulis tidak bisa merubah tatanan peletakan mesin dan warna yang berada di dalamnya. Selain itu, hal ini juga untuk mempermudah *client* melihat perkiraan gambar seperti apa yang akan diambil dan tidak terganggu dengan warna-warna yang berada di dalam *storyboard*.



Gambar 3.2. *Corporate Video Perusahaan Cat Ati*
(“ATI- company profile”, 2019)



Gambar 3.3. *Corporate Video Perusahaan Cat Ati*
(“ATI- company profile”, 2019)

Video ini merupakan acuan utama penulis dalam proses pengerjaan *corporate video* untuk PT. Ekadharna International Tbk. Beberapa hal yang penulis terapkan dari video ini adalah teknik pengambilan gambar, komposisi dan teknik *editing*. Beberapa referensi yang diambil untuk *corporate video* yang penulis buat adalah penggunaan teknik *slow motion* dalam seluruh video, komposisi dan teknik pengambilan gambar yang memang sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Selain itu, video ini dijadikan acuan karena penulis mengapresiasi cara pembuat *corporate video* tersebut tanpa menggunakan *voice over* namun sudah menyampaikan seluruh pesan dan isi

1.4. Proses Perancangan

Seluruh proses perancangan konsep *corporate video* ini dibuat berdasarkan hasil dari survei dan *creative brief* yang telah penulis lakukan. Pertama-tama hal yang dilakukan oleh penulis adalah survei pabrik terlebih dahulu untuk melihat bagaimana situasi dan kondisi di pabrik tersebut. Sehingga dapat membayangkan bagaimana nantinya jika pabrik tersebut akan di-*shooting*.



Gambar 3.4. Hasil survei pabrik di lokasi Pasar Kemis
(Dokumentasi Pribadi)

CLIENT CREATIVE BRIEF	
CREATIVE OVERVIEW	
PROJECT TITLE	Company Profile PT. Ekadharna International Tbk.
CLIENT NAME	PT. Ekadharna International Tbk.
CONTACT INFO	NAME Henry Tedjakusmana
	PHONE 8119848888
	EMAIL henry.tedjakusmana@gmail.com or henry@ekadharna.com
PROJECT OVERVIEW	Pembuatan video company profile untuk video website dan beberapa preview yang akan ditunjukkan client kepada investor
PROJECT OBJECTIVES	Video yang dapat menarik minat investor, menggambarkan PT. Ekadharna International Tbk. dan meningkatkan awareness publik terhadap perusahaan
MARKETING GUIDELINES	PT. Ekadharna International Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak dalam manufaktur hingga distribusi pita perekat, perusahaan ini sudah menjadi market share pita perekat nomor 1 di Indonesia.
MARKETING MATERIALS	COPY Taglines, slogans, body copy requirements <i>Quality is Our Number One Priority</i>
	DISPLAY ADS List type of advertisement, length of time required and type <i>video berdurasi 5 menit.</i>
	EVENT / PROMO PIECES List items needed and deadlines <i>15-Oct-19</i>
	WEBSITE Describe web requirements <i>www.ekadharna.com</i>
TARGET AUDIENCE	PRIMARY DEMOGRAPHIC Describe desired audience <i>Investor</i>
	SECONDARY DEMOGRAPHIC Describe desired audience <i>Masyarakat luas</i>
CALL TO ACTION	Meningkatkan ketertarikan investor untuk berinvestasi di PT. Ekadharna International Tbk. dan meningkatkan awareness publik terhadap PT. Ekadharna International Tbk.
CAMPAIGN LOOK AND FEEL	Terlihat mengajak dan menarik minat investor, serta menonjolkan perusahaan yang trustworthy
CAMPAIGN MESSAGE	Membuat PT. Ekadharna International Tbk. terlihat dapat dipercaya, mengikuti perkembangan teknologi, produk yang berkualitas, memiliki jaringan cabang yang luas, dan memiliki relasi yang sangat baik dengan perusahaan lain
COMPETITIVE ANALYSIS	Naci (low price & low quality) GoldTape (low price & low quality)
SCHEDULE	PROJECTED TIMELINE From April to October 2018
	IMPORTANT DATES / DEADLINES 7 July 2018 (RUPS) & 15 October 2018 (Deadline)
OTHER	Pabrik baru karawang, 35 kantor cabang, 5 produk andalan (masking tape, opp tape, coat tape, streplim, double tape), buat jaringan cabang pake mograph, relasi yang baik dengan (perusahaan lain, toko kecil dan e-commerce).

Gambar 3.5. Hasil dari *Creative Brief*
(Dokumentasi Pribadi)

Hasil dari survei ini lalu digabungkan dengan *creative brief* oleh *creative director* untuk pembuatan *treatment*. Selain itu, *creative director* juga menentukan konsep utama yang nantinya akan menjadi pedoman *corporate video*

PT. Ekadharna. Setelah ditemukan konsep utama tersebut yaitu *trustworthy* dan telah disetujui oleh *client*, Barulah tahap berikutnya adalah pembuatan *script* dan *storyboard*. Penulis dalam tahap ini menggambar *storyboard* bersama dengan *creative director* untuk mempermudah komunikasi dengan *client* serta membantu juga nantinya ketika proses *shooting* berlangsung. *Storyboard* yang penulis buat sempat mengalami beberapa kali revisi karena *client* meminta untuk diadakan produk *shot* di dalam *corporate video* ini serta pengambilan gambar bagian *model market*, distribusi dan salah satu gudang yang baru mereka buat di daerah Karawang.

Selain itu, *creative director* juga telah membuat *moodboard* sehingga tim penulis dan *client* memiliki gambaran nantinya warna dan gambaran visual seperti apa yang berada di *corporate video* ini. *Corporate video* PT. Ekadharna International Tbk. ini nantinya akan disebarakan melalui *website* yang telah ada. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk memberikan *voice over* karena melihat bahwa yang menonton *corporate* ini nantinya tidak hanya investor saja namun masyarakat juga. *Voice over* nantinya akan digunakan untuk memperjelas gambar serta memperkuat konsep utama yang dibuat oleh *creative director*.

Setelah revisi *storyboard* selesai, barulah memasuki tahapan *shooting*. Pengambilan gambar pertama kali dilakukan di pabrik utama mereka yaitu di Pasar Kemis. Hal ini dilakukan karena *client* meminta untuk membuat *teaser* untuk RUPS perusahaan tersebut pada tanggal 17 Mei 2018. Sehingga, seluruh bagian dari pabrik tersebut diambil gambar terlebih dahulu lalu disunting. Setelah bagian tersebut selesai, barulah proses *shooting* dilanjutkan dengan mengambil

footage yang kurang seperti Indomaret, perusahaan Danapaint, toko alat tulis, dan gudang baru di Karawang. Proses *shooting* dilakukan di tanggal yang berbeda-beda disesuaikan dengan jadwal *client* serta jadwal kuliah. Proses *shooting* diakhiri di gudang Karawang karena jaraknya yang jauh serta gudang tersebut belum beroperasi dikarenakan baru selesai proses pembangunan.

Ketika seluruh *footage* lengkap, perancangan dilanjutkan dengan membuat *motion graphic* yang diperlukan seperti penggambaran persebaran cabang diseluruh Indonesia, penjualan yang selalu meningkat setiap tahunnya, berbagai jenis laban dan perusahaan-perusahaan yang bekerja sama dengan PT. Ekadharna. Proses ini juga memiliki beberapa kali revisi kecil seperti permintaan *client* untuk tulisan yang lebih besar, terdapat bagian yang kurang hingga waktu yang terlalu cepat. Proses ini semua diakhiri dengan pembuatan *voice over*. Pertama-tama *creative director* telah menyusun naskah *voice over* lalu diberikan kepada *client* untuk dilihat terlebih dahulu. Setelah *client* setuju barulah memasuki tahap perekaman dan akhirnya dimasukkan di dalam *corporate video*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA