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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Video company profile External Student Affair UMN merupakan video yang bertujuan memberikan dan menerangkan informasi profil *External Student Affair* UMN. Informasi tersebut meliputi program-program dan kegiatan pelayanan yang dilakukan kepada mahasiswa, alumni, dan industri-industri luar yang akan menjadi calon rekan kerja *External Student Affair* UMN. Video ini menggunakan konsep informatif sesuai dengan kesepakatan antara tim produksi dan klien seperti yang dibahas dalam Bab I mengenai latar belakang.

Dalam laporan tugas akhir ini, penulis akan membahas mengenai peranan *creative director* dalam pembuatan *video company profile* dengan konsep informatif. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode kualitatif dengan cara pengumpulan data observasi partisipatif, yaitu penulis ikut terlibat langsung dengan sumber data penelitian. Dengan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data observasi partisipatif ini data yang didapatkan penulis dapatkan akan semakin jelas dan efektif ketika diaplikasikan ke dalam penelitian (Sugiyono, 2016, hlm. 227). Selanjutnya penulis akan menjabarkan data dari apa yang dialami penulis selama proses tersebut.

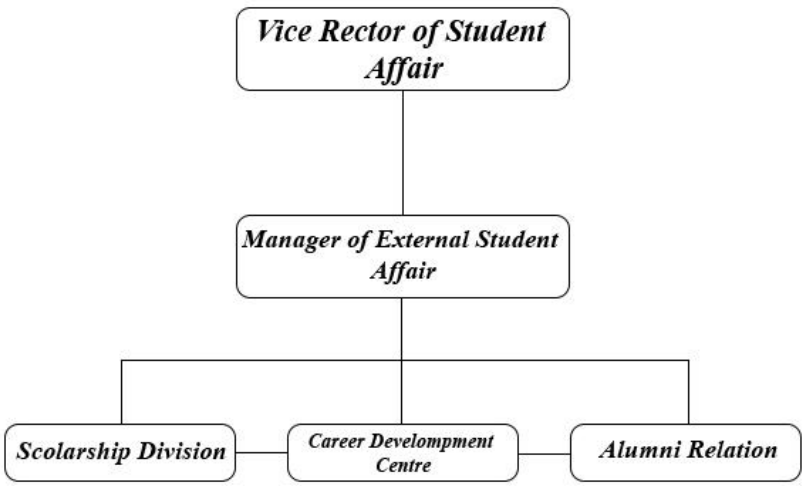
3.1.1. Profil *External Student Affair*

Berdiri pada tahun 2013 *External Student Affair* UMN merupakan salah satu unit kerja yang berada dibawah rektorat bidang kemahasiswaan Universitas Multimedia

Peranan Creative Director..., Theodorus Gregorius E. Y. M, FSD UMN, 2018

Nusantara. *External Student Affair* memiliki tugas dan kewajiban sebagai jembatan antara mahasiswa dan alumni dengan industri-industri, dan mahasiswa, alumni dengan almamaternya. *External Student Affair* menjalankan tugas dan kewajibannya dengan mendukung dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa dan alumni, dalam bentuk informasi lowongan kerja, informasi beasiswa, dan juga informasi yang berkaitan dengan alumni UMN, dari awal mereka kulaih hingga mereka lulus, terlebih dalam pengembangan *softskill* mahasiswa dalam menghadapi persaingan di dunia perkuliahan dan dunia kerja.

External Student Affair dibagi lagi atas tiga divisi sesuai dengan fungsinya masing-masing, yaitu *Scholarship Division, Career Development Centre*, dan *Alumni Relation*. Setiap divisi tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda.



Gambar 3. 1 Struktur Rektorat III Bidang Kemahasiswaan

(Struktur Rektorat III Bidang Kemahasiswaan)

Divisi-divisi yang berada di bawah *External Student Affair* adalah sebagai berikut:

1. *Scholarship Division*

   Scholarship division UMN menjalin kerjasama dengan berbagai institusi-institusi yang memiliki tujuan sama dengan UMN yakni memajukan dan mencerdaskan kehidupan bangsa, dengan tugasnya memberikan informasi beasiswa kepada mahasiswa yang membutuhkan dana pendidikan dalam menyelesaikan perkuliahan S-1.

   Adapun peran program beasiswa ini nantinya pada proses pendidikan antara lain:

   a. Penyediaan fasilitas pendidikan kepada mereka yang telah memenuhi syarat kompetensi.

   b. Membuat mahasiswa dalam meningkatkan keahlian intelektual dengan mendapatkan penghargaan pada beasiswa yang didapatkan. Hal ini dikarenakan untuk mendapatkan beasiswa, ada beberapa tahapan seleksi yang harus mereka lalui, untuk mendapatkan mahasiswa yang pantas menerima beasiswa.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Scholarship division UMN telah bekerjasama dengan berbagai institusi-institusi dalam pemberian beasiswa kepada mahasiswa, daftar beasiswa yang diadakan *Scholarship division* bisa dilihat dalam lampiran.

2. *Career Development Centre*

Career Development Centre atau CDC merupakan pusat pengembangan karir mahasiswa. Di CDC mahasiswa bisa belajar dan mempersiapkan dirinya sebelum terjun langsung ke dalam dunia kerja. CDC juga mempunyai berbagai program-program dan kegiatan pelayanan, dalam membantu memfasilitasi pengembangan dan penentuan jalur karir mahasiswa. Program-program dan kegiatan pelayanan tersebut bisa dilihat dalam Lampiran.

3. *Alumni Relation*

Alumni relation merupakan wadah yang menghubungkan alumni dengan almamaterya, yang bekerja sama dengan KAMI UMN atau keluarga alumni UMN. Sub divisi ini memiliki program-program dan fasilitas pelayanan untuk alumni. Hal tersebut bisa dilihat dalam Lampiran.

Dengan berbagai program-program dan kegiatan pelayanan yang ada dalam *External Student Affair* UMN, mereka membutuhkan sebuah media untuk memperkenalkan hal tersebut kepada mahasiswa, alumni, dan industri agar mereka lebih mengetahui dan tertarik mengikuti program-program dan kegiatan pelayanan yang diberikan *External Student Affair* UMN.

Video company profile External Student Affair UMN ini bertujuan juga sebagai media *branding profile External Student Affair* UMN terhadap industri-industri yang ingin bekerja sama dengan UMN.

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam pembuatan *video company profile External Student Affair* UMN, penulis berperan sebagai *creative director* yang bertugas membuat konsep pada *video company profile External Student Affair* UMN. Penulis juga mengambil bagian saat *Account Executive* melakukan pertemuan dengan klien, pertemuan tersebut dilakukan penulis agar mengetahui keinginan dan tujuan klien terhadap pembuatan *video company profile External Student Affair* UMN. Selain itu agar penulis dapat merancang konsep video company profile yang sesuai dengan yang diinginkan klien.

Dalam pembuatan konsep *video company profile External Student Affair* UMN, penulis melakukan analisa pada *client brief* agar mengetahui data-data apa saja yang terdapat didalamnya. Sehingga data-data tersebut bisa menjadi informasi dan disampaikan secara visual dalam bentuk video dan bisa ditangkap dengan jelas dan efektif, dan menjadi berguna bagi mahasiswa, alumni dan industri.

3.2. Acuan

Dalam pembuatan konsep *video company profile External Student Affair* UMN, penulis sebagai *creative director* membutuhkan acuan sebagai cara penulis dalam pembuatan dan pengembangan konsep. *Client brief* menjadi acuan pertama dan menjadi acuan dasar penulis dalam pembuatan konsep, *client brief* ini didapatkan

penulis saat melakukan pertemuan dengan pihak klien. Penulis juga menggunakan acuan yang berbentuk visual agar bisa mempertanggung jawabkan *treatment* sebagai dasar pengembangan konsep *video company profile External Student Affair* UMN.

Pada acuan visual penulis mengambil contoh referensi dari *video company profile* PT. Metropolitan Tbk tahun 2015, pada video tersebut diperlihatkan monolog presiden direktur PT.Metropolitan Tbk yang sedang menyampaikan profil dan kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Gambar 3. 2 Monolog Presiden Direktur PT. Metropolitan Tbk.

(*Company profile* PT. Metropolitan Tbk, 2015)

Acuan tersebut diambil penulis karena dalam *client brief* dan *treatment video company profile External Student Affair* UMN, terdapat data profil *External Student Affair* UMN dan profil sub divisinya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Masih dalam *company profile* PT. Metropolitan Tbk 2015, penulis mengambil scene infografis yang berupa *chart* yang memperlihatkan *Stock Price Movement*. Infografis ini memunculkan data dengan animasi panah naik turun.

Gambar 3. 3 Infografis *Chart* Metland Indonesia

(Company Profile PT. Metropolitan Tbk, 2015)

Penulis mengambil *scene* ini sebagai referensi dalam penyampaian informasi, karena dalam *client brief* dan *treatment video company profile External Student Affair* UMN terdapat data persentase, dimana data tersebut merupakan data kuantitatif yaitu merupakan data yang berupa angka (Rasyad, 2003).

Dalam *treatment video company profile External Student Affair* UMN, terdapat bagian dimana saat informasi mengenai profile divisi disampaikan, terdapat *kinetic typography* mengenai program-program dan kegiatan divisi tersebut,

Gambar 3. 4 *Kinetic typography* video profil PT. Bukit Asam Tbk

(Video profil PT. Bukit Asam Tbk, 2013)

Berdasarkan hal itu penulis kemudian mengambil referensi dari video profile perusahaan PT. Bukit Asam Tbk, dimana dalam *scene* tersebut terdapat pemakaian *kinetic typography* dalam penyampaian data internal, yaitu data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan susatu organisasi (Rasyad, 2003).

Acuan penggunaan warna diambil dari logo Universitas Multimedia Nusantara yaitu warna biru (#003d73) sebagai lembaga yang menaungi *External Student Affair* UMN.

Gambar 3. 5 Logo Universitas Multimedia Nusantara

(Universitas Multimedia Nusantara, 2007)

3.3. Tahapan Kerja

Dalam pembuatan *video company profile External Student Affair* UMN terdapat tiga tahapan kerja yang dilalui dan dilakukan penulis, sebagai *creative director* penulis memiliki tugas dan tanggung jawab pada masing-masing tahapan kerja tersebut.

3.3.1. Pra produksi

Pada tahap ini, penulis bersama dengan *Account executive* bertemu dengan pihak klien untuk membahas pembuatan *video company profile External Student Affair* UMN. Pada pertemuan ini tim produksi ingin mengetahui apa tujuan dan keinginan klien membuat *video company profile*, dan juga sebagai sarana agar tim kreatif lebih mengenal profile klien. Klien menyebutkan bahwa mereka membutuhkan sebuah media yang bisa mempromosikan, memperkenalkan nama mereka, dan bisa menginformasikan program-program dan kegiatan pelayanan yang mereka lakukan.

Pertemuan tersebut kemudian memunculkan *client brief*, yang menjadi dasar dan acuan *creative director* membuat konsep *video company profile External Student Affair* UMN. Selanjutnya pada tahap ini penulis membuat *mood board*, *treatment*, dan *storyboard* yang nantinya akan berguna dalam pengembangan konsep juga saat tahap produksi dimulai.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1. Client brief

Client brief yang dihasilkan dari pertemuan antara tim produksi dan klien adalah sebagai berikut:

Klien : *External Student Affair* UMN.

Produk : *Video Company Profile*

Nama Project : *Video Company Profile External Student Affair* UMN.

Tim Produksi : Theodorus Gregorius E.Y.M (*Creative Director*), Sonny Argie S (*Account Executive*).

A. *Profile External Student Affair* UMN

External Student Affair UMN merupakan unit kerja yang bekerja dibawah rektorat 3 bidang kemahasiswaan UMN. *External Student Affair* UMN didirikan pada tahun 2013, dengan tujuan membantu mahasiswa dari awal perkuliahan hingga lulus. Selanjutnya *External Student Affair* UMN juga menjalin komunikasi dengan para alumni, sehingga alumni tidak melupakan almamaternya. *External Student Affair* UMN bertugas sebagai penghubung antara pihak kampus dengan pihak luar.

B. Tujuan

Penggunaan *video company profile* sebagai media *branding External Student Affair* UMN. *Video company profile* dimanfaatkan untuk memberikan informasi program pelayanan, dan kegiatan pelayanan yang dilakukan.

Peranan Creative Director..., Theodorus Gregorius E. Y. M, FSD UMN, 2018

C. Target

Mahasiswa, Alumni, Industri.

D. Penempatan Video

Video company profile nantinya diputar pada saat *External Student Affair* mengadakan *event-event* yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan rutin yang mereka lakukan. Video ini juga diputar pada saat adanya pertemuan dengan pihak industri luar yang ingin menjalin kerja sama.

SWOT

A. *Strengths*

External Student Affair UMN memiliki tiga sub divisi yang membantu dalam menjalankan tugasnya. Setiap sub divisi tersebut memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.

B. *Weaknesses*

External Student Affair UMN kurang dikenal oleh para mahasiswa, dan industri. *External Student Affair* UMN belum memiliki media untuk mempromosikan identitasnya, dan sarana informasi mengenai program-program dan kegiatan pelayanan yang dilakukannya.

C. *Opportunities*

Peranan Creative Director..., Theodorus Gregorius E. Y. M, FSD UMN, 2018

Menggunakan *video company profile* sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan identitas, pelayanan, dan kegiatan *External Student Affair* UMN.

D. *Threats*

Badan sejenis yang dimiliki kampus lain seperti SACD (*Student Affair and Community Development*) milik Binus University.

2. Treatment

Setelah melihat *client brief* dan membuat *mood board*, penulis kemudian membuat *treatment* terhadap *video company profile* yang akan dibuat, treatment dibuat agar penulis bisa membuat dan mengembangkan konsep sesuai dengan *Client brief* dan *mood board* yang ada.

3.3.2. Produksi

Pada tahap produksi, penulis mendampingi tim produksi dalam pengambilan gambar, mengarahkan klien, mengatur *blocking* sesuai dengan konsep yang telah disepakati oleh perusahaan sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

Penulis melakukan pembacaan naskah dengan *talent*, lalu mengatur *blocking* pengambilan gambar, agar informasi yang ingin disampaikan pada *scene* tersebut tepat dan sesuai dengan treatment dan konsep. Penulis juga mengarahkan klien yang menjadi talent pada *scene* monolog profil divisi, agar bisa melakukan monolog dengan lancar.

Peranan Creative Director..., Theodorus Gregorius E. Y. M, FSD UMN, 2018

3.3.3. Paska produksi

Pada tahap terakhir ini penulis mendampingi editor dalam melakukan pengeditan, baik itu *offline* maupun *online editing*, agar hasil *editing* bisa sesuai dengan *treatment* dan konsep yang telah ditentukan. Penulis juga membuat naskah *voice over*, dan mengarahkan *voice actor* dalam pengambilan *voice over*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA