

BAB III

METODOLOGI

3.1 Gambaran Umum

Pada pembuatan tugas akhir ini, penulis dan tim memutuskan untuk membuat video iklan berdurasi satu menit dan 15 detik, untuk perusahaan Rupa Aestetika Teknologi Aktual (RATA). Kelompok penulis terdiri dari 4 orang, yaitu Kezia Aphelia sebagai *Creative Director*, Margery Olethea T. sebagai *Producer*, Esther Verina Mooy sebagai *Editor*, dan penulis sebagai *Art Director*. Pada awalnya, tim penulis berunding untuk mencari beberapa perusahaan yang kami anggap potensial untuk dijadikan klien kami. Setelah mendapat beberapa pertimbangan, akhirnya penulis dan tim membuat keputusan untuk melakukan kerjasama dengan RATA pada tugas akhir kami.

Tujuan penulis dan tim dalam pembuatan iklan ini adalah untuk menuntaskan *project* tugas akhir kami sebagai syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Sedangkan bagi RATA, iklan yang kami produksi dapat mereka gunakan untuk materi promosi *brand* mereka dalam mencapai *target market* serta calon pembelinya.

Pada penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Albi Anggito (2018), metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menafsirkan fenomena yang terjadi berdasarkan data yang dikumpulkan peneliti, di mana peneliti dijadikan sebagai unsur kunci di dalamnya dan penelitian ini juga salah satu penelitian yang hasilnya bukan berdasarkan

statistik atau data matematis, melainkan dari pengumpulan data dari lapangan dan analisa (hlm. 7-8).

3.1.1 Sinopsis

Berhubung video iklan penulis dan tim akan dirilis di masa pandemi Covid-19, *creative director* di tim penulis memutuskan untuk membuat iklan dengan narasi yang mengangkat tema pandemi dengan konsep “*New Start Bersama RATA*”, yang kemudian konsep narasinya dikembangkan bersama *copywriter* di tim penulis dan hasil dari sinopsisnya adalah Vienny, seorang perempuan remaja yang baru saja lulus kuliah, merasa sedih karena kegiatannya dalam meraih masa depan harus terhambat karena dampak dari pandemi Covid-19. Dalam mengatasi kesedihannya ia memutuskan langkah baru untuk membuat perubahan pada dirinya di kala pandemi, dengan cara menjadi produktif, yaitu berjualan *cupcake* secara *online*. Di masa perubahan tersebut Vienny ditemani oleh produk RATA yang penggunaannya mudah, serta bisa melakukan konsultasi dengan dokter secara *online*.

3.1.2 Profil Perusahaan



Gambar 3.1. Logo RATA

(<http://www.rata.id>)

Rupa Aestetika Teknologi Aktual (RATA) merupakan perusahaan *startup* yang bergerak di bidang *healthtech*, tepatnya di bidang kecantikan gigi. RATA mulai berdiri pada tahun 2019 dan saat ini sudah mempunyai 7 cabang yang sudah berdiri di beberapa kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Banten. RATA berfokus pada penyediaan jasa untuk mempercantik gigi, dan salah satu produk andalannya adalah *clear aligner* yang merupakan teknologi untuk merapikan gigi.

3.1.3 Posisi Penulis

Penulis berperan sebagai *art director* pada video iklan RATA ini. Sebagai *art director*, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk merancang dan memvisualisasikan penataan artistik serta *mood* pada iklan RATA berdasarkan *creative brief* serta arahan dari *creative director*.

3.1.4 Peralatan

Dalam merealisasikan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa peralatan dan *software* untuk merancang dan merealisasikan karya ini dari pra produksi, hingga produksi. Berikut peralatan dan *software* yang penulis gunakan:

1. Alat Pemotong (gunting, *cutter*)
2. Alat Perekat (lakban kertas, lakban hitam, 3M)
3. Alat Perkakas (tang, kawat, obeng)
4. Alat Kebersihan (sapu, pel, alat pembersih kaca, kain bal)
5. Meteran
6. Microsoft Excel, Word & Powerpoint

7. Google Sketchup
8. Adobe Photoshop & Adobe Illustrator
9. Google Meet
10. Canva
11. Handy Talkie

3.2 Tahapan Kerja

Pada tahap penulisan skripsi ini, sebagai *art director*, penulis membuat konsep perancangan set dan properti berdasarkan *creative brief*, kemudian penulis menentukan topik pembahasan serta judul skripsi. Lalu penulis mencari referensi untuk menjadi acuan penulis dalam melakukan perancangan konsep dan penelitian skripsi. Penulis mencari referensi berdasarkan studi literatur, karya-karya yang sudah ada dan studi visual. Dalam tahap produksi, penulis mengeksekusi konsep yang telah penulis rancang sebelumnya pada tahap pra produksi.

3.3 Proses Perancangan

Pada proses perancangan dalam iklan RATA, penulis melakukan beberapa tahapan dalam merealisasikan konsep penataan artistik yang penulis sudah rancang sampai pada tahap produksi. Proses perancangan dimulai dari membaca dan menganalisis *creative brief*, lalu melakukan pencarian referensi penataan artistik yang sudah disepakati bersama *creative director* untuk dimasukkan ke dalam *pitch deck*. Setelah itu, menentukan lokasi dan melakukan *recce* bersama tim. Kemudian, penulis melakukan persiapan dengan membuat desain set,

menentukan serta melakukan *briefing* pada kru artistik, membuat anggaran, *hunting* properti dan kostum, *fitting* kostum, dan *set up*. Persiapan dilakukan selama empat hari untuk menyediakan segala kebutuhan artistik. Pada proses produksi, penulis memastikan apa yang sudah dirancang tervisualisasikan dengan baik.



Gambar 3.2. Skema Proses Perancangan
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.1 Pra produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan di mana penulis dan tim mempersiapkan segala keperluan untuk produksi. Sebagai *art director*, adapun yang penulis persiapkan pada tahapan ini, antara lain:

3.3.1.1 *Creative Brief*

Creative Brief merupakan tahapan di mana penulis melakukan pembacaan *storyline*, *script voice over*, melihat referensi iklan, serta menelaah gambaran *storyboard*. Setelah itu, *creative director* melakukan *brief* pada penulis untuk menjelaskan secara detil mengenai konsep besar serta *look* yang ingin dicapai pada iklan ini. Lalu, penulis mengumpulkan beberapa *art reference*, yang kemudian didiskusikan dengan *creative director* untuk dipilih dan dimasukkan kedalam *pitch deck*

3.3.1.2 *Pitch Deck*

Pada tahapan ini, penulis mengumpulkan beberapa *art reference*, yang kemudian didiskusikan dengan *creative director*. Setelah dikonfirmasi oleh *client*, penulis kemudian melakukan riset, referensi secara mendetil, dan menentukan konsep penataan artistik yang sesuai dari arahan *creative director*. Kemudian tahapan pra produksi selanjutnya penulis kerjakan berdasarkan konsep yang sudah disepakati dengan *client* dan *creative director*, dengan *crewing*, membuat sketsa set, *recce*, dan *hunting props*.

3.3.1.3 Perancangan Konsep Artistik

Pada tahap ini, penulis menentukan rancangan konsep yang dibutuhkan pada *project* ini. Penulis merancang konsep berdasarkan acuan dari konsep besar yang bertema “*New*”, yang memiliki pesan untuk tidak menjadi takut pada perubahan, melainkan memandangnya sebagai gebrakan baru. Kemudian penulis menerapkan konsep tersebut pada set, properti, warna dan gaya ruang untuk membantu penceritaan.

3.3.1.4 Menentukan Lokasi

Pada tahap ini, penulis memberi arahan kepada produser untuk disampaikan ke *location manager*, mengenai kriteria-kriteria lokasi yang cocok untuk digunakan pada *project* ini, beserta memberikan referensi lokasinya. Setelah menerima data mengenai lokasi-lokasi yang dilaporkan oleh *location manager* dan produser, akhirnya penulis dan *creative director* berdiskusi mengenai pemilihan lokasi. Hasilnya adalah kami bersepakat untuk memilih lokasi The Suis, yang ada di daerah Bintaro.

3.3.1.5 Recce

Pada tahap ini, penulis dan tim bersama-sama datang ke lokasi. Penulis bersama *creative director* berdiskusi mengenai titik-titik lokasi mana saja yang potensial untuk kami gunakan untuk *scene* dapur dan kamar. Setelah membuat keputusan pemilihan lokasi, penulis mengukur ukuran ruangan-ruangan tersebut untuk menjadi acuan untuk menggambar sketsa set.

Penulis juga memotret properti-properti yang sudah tersedia di lokasi yang potensial penulis gunakan untuk set nanti.



Gambar 3.3. Potret Beberapa Properti yang Ada di Lokasi
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.4. Pengukuran Beberapa Objek di Lokasi
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.1.6 Menggambar Sketsa Set

Pada tahap ini, penulis menggambar sketsa set berdasarkan foto lokasi dan ukuran dari lokasi yang sudah penulis kumpulkan saat *recce* menjadi sebuah set yang sudah penulis rancang berdasarkan konsep dan referensi yang sudah ditentukan. Pada proses penggambaran, penulis menggunakan *software* Google Sketchup.



Gambar 3.5. Desain Set Ruang Dapur
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.6. Desain Set Ruang Kamar
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.1.7 *Crewing*

Setelah penulis membuat gambar sketsa set, penulis menentukan kru untuk membantu penulis mewujudkan sketsa yang sudah digambar oleh penulis. Karena harus mematuhi protokol disaat pandemi Covid-19 yang mewajibkan kami untuk meminimalisir kru, akhirnya penulis hanya merekrut dua orang untuk membantu penulis di departemen artistik, yaitu Juan Leonardy Cokropanus sebagai *set dresser*, dan Jonathan Wijaya sebagai *set dresser* sekaligus membantu penulis dalam kegiatan *hunting props*.

3.3.1.8 *Membuat Anggaran*

Pada tahap ini, penulis menghitung anggaran untuk keperluan departemen artistik, seperti biaya sewa/beli properti dan kostum, kemudian membuat proposal anggaran untuk *project* iklan RATA ini, lalu memberikannya

kepada produser untuk meminta persetujuan mengenai anggaran yang penulis ajukan.

3.3.1.9 *Hunting Props dan kostum*

Pada tahap ini, penulis melakukan pencarian properti dan kostum yang sesuai dengan referensi penulis dan berdasarkan gambaran *set design*. Beberapa properti dan kostum penulis dapatkan melalui *e-commerce*, ada pula yang penulis sewa, pinjam, dan beli. Penulis juga meminta produk RATA untuk dikirimkan ke alamat penulis, mengingat produk tersebut merupakan *hand props* pada *project* ini. Selain itu, penulis juga harus menyiapkan properti *cupcake* sebagai *hand props*. Pada pembuatan *cupcake* tersebut, penulis dibantu oleh Margery dan Sylvia, dengan referensi yang penulis sudah berikan sebagai acuan dan beberapa masukan/tambahan dari penulis.



Gambar 3.7. Referensi *Cupcake*
(<http://pinterest.com>)



Gambar 3.8. *Real Props Cupcake*

(Dokumentasi Pribadi)

Selain itu, penulis juga melakukan *hunting* kostum. Dikarenakan pandemi, penulis mencari lewat media sosial dan *e-commerce*. Dengan berbagai opsi, akhirnya penulis membeli satu baju yang sesuai referensi dan penulis memutuskan untuk menanyakan ke Vienny sebagai *talent* kami mengenai kemeja putih yang ia miliki. Penulis meminta ke Produser yang sebagai perantara untuk meminta Vienny mengenakan kemeja tersebut lalu melakukan foto *full body*, dan di saat itu kebetulan Vienny juga mempunyai celana yang sesuai dengan referensi penulis.



Gambar 3.9. Foto *Full Body* Vienny dengan Kostum yang Ditentukan
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.1.10 *Set Up*

Tahap ini penulis lakukan satu hari sebelum tahap produksi. Di tahap ini penulis beserta kru artistik menata set sesuai dengan acuan gambar yang sudah penulis rancang sebelumnya. Namun, sebelum penataan penulis memotret lokasi supaya pada saat produksi sudah selesai, penulis dan tim dapat mengembalikan barang-barang milik lokasi tersebut ke posisi semula.



Gambar 3.10. Proses *Set Up* Iklan RATA
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.2 Produksi

Tahap produksi merupakan tahap di mana penulis merealisasikan konsep yang sudah penulis rancang sebelumnya ketika tahap pra produksi menjadi sebuah set yang siap dipakai untuk *shooting*. Pada masa produksi, penulis dibantu oleh dua orang kru artistik untuk membantu penulis merealisasikan konsep yang sudah direncanakan.

3.3.2.1 *Pengambilan Gambar/Shooting*

Pada tahap ini, penulis memastikan apa yang sudah direncanakan sebelumnya yang masih dalam bentuk rancangan, menjadi sebuah set yang siap digunakan. Dikarenakan proses *shooting* berlangsung di masa pandemi yang mengharuskan penulis untuk meminimalisir kru artistik,

penulis hanya dibantu oleh dua orang *set dresser* pada tahap *shooting*, yaitu Juan Cokropanus dan Jonathan Wijaya.

Pada proses *shooting*, penulis selalu berada di *Video Village* untuk mengecek *frame* demi memastikan semua visual yang sudah penulis rancang sebelumnya dan meminta tolong kepada Juan untuk *standby* di set untuk membantu melakukan *adjustment* pada set atau properti dalam sebuah *shot* apabila diperlukan melalui *Handy Talkie*. Karena pada proses *shooting* ini diperlukan *hand props cupcake*, pada saat *shooting* penulis dibantu oleh Sylvia untuk melakukan *touch-up* pada *cupcake*-nya saat dibutuhkan, karena *icing* dari *cupcake* tersebut terkadang meleleh saat terkena *lighting* dari departemen kamera. Selain itu, salah satu tahap krusial pada produksi kali ini adalah saat *product shot*. Di tahap ini penulis turut serta ke set untuk memastikan set tertata dengan baik dan *product* dalam keadaan baik, mengingat tahap ini merupakan tahap yang sangat krusial bagi penulis dan tim. Penulis juga meminta tolong kepada Vienny untuk melakukan *touch-up* pada riasan wajahnya saat dibutuhkan.



Gambar 3.11. Proses *Shooting*
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.2.2 *Dismantle*

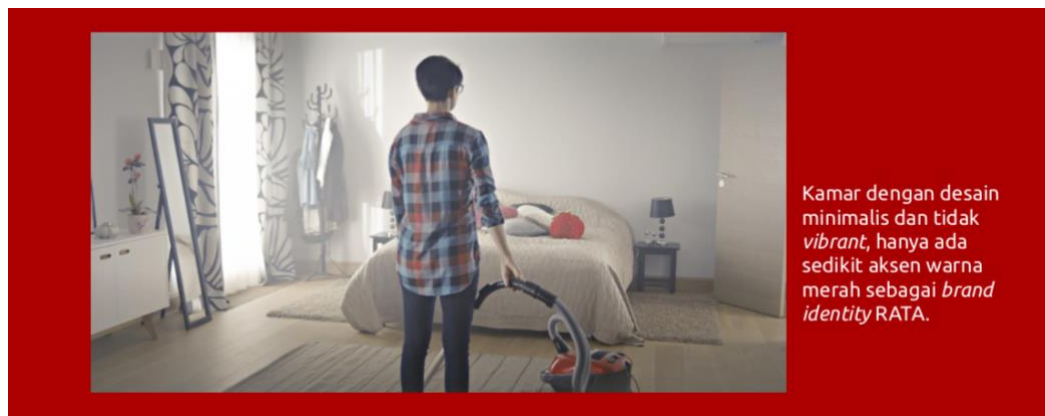
Pada tahap ini, penulis beserta kru artistik memisahkan dan mengemas seluruh properti yang penulis gunakan berdasarkan vendor propertinya, penulis memisahkan barang milik pribadi, milik sewaan, dan pinjaman. Setelah itu, penulis bersama kru artistik mengembalikan seluruh barang yang ada di lokasi aslinya kembali ke tempat semula, berdasarkan foto lokasi yang penulis sudah ambil sebelumnya sebagai acuan untuk tahapan ini. Kemudian setelah semua sudah rapi, penulis melakukan *double check* untuk memastikan tidak ada yang terlewatkan. Lalu setelah memasukan seluruh barang ke mobil, penulis dibantu oleh Jonathan untuk mengembalikan barang sewaan ke pemiliknya.

3.4 Acuan

Dalam perancangan konsep set dan properti Iklan RATA penulis menggunakan beberapa referensi dari *pinterest*, iklan, dan buku-buku yang membahas tentang tata artistik sebagai acuan penulis. Penulis merancang set kamar dan set dapur dengan *mood* yang berbeda. Pada set kamar, penulis merancang *mood*-nya menggambarkan suasana sedih, sedangkan pada set dapur, penulis merancang *mood*-nya menggambarkan suasana semangat.

3.4.1 Acuan Set dan Properti Kamar

Pada perancangan mood untuk set kamar, penulis menerapkan *treatment* yang berbeda dengan set dapur dengan pemilihan warna-warna yang cenderung netral, namun tetap memiliki sedikit aksen warna merah sebagai *brand identity* dari *brand* RATA seperti pada Gambar 3.12.



Gambar 3.12. Acuan *Mood* pada Set Kamar dalam *Pitch Deck*

(<https://pinterest.com>)

Secara penataan properti pada set kamar, penulis merancang peletakan properti cenderung rapi seperti acuan Gambar 3.13.



Gambar 3.13. Acuan Peletakan Properti Set Kamar
(<https://pinterest.com>)

3.4.2 Acuan Set dan Properti Dapur

Pada perancangan set dan properti untuk set dapur, penulis menggunakan beberapa referensi desain dapur yang penulis dapatkan dari *pinterest*. Penulis merancang *mood* pada set dapur dengan pemilihan warna yang cenderung lebih *vibrant* daripada set kamar. Penulis menggunakan warna merah sebagai warna utama dalam perancangan set dapur pada iklan RATA sebagai *brand identity* RATA.



Gambar 3.14. Acuan *Mood* pada Set Dapur dalam *Pitch Deck*
(<https://pinterest.com>)

Dalam pemilihan properti pada set dapur, penulis menggunakan properti yang sebagian besar berwarna merah, namun tetap ada tekstur lain, seperti tekstur kayu dan penambahan tanaman sebagai aksesoris tambahan agar lebih beragam dan tidak monoton, seperti acuan pada Gambar 3.15.



Gambar 3.15. Acuan Properti pada Set Dapur
(<https://pinterest.com>)