

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Pada tahap pembuatan product profile ini akan terbagi menjadi tiga kategori utama yaitu: pra-produksi, produksi dan pascaproduksi. Setiap kategori juga memiliki bagian penting masing-masing yang saling mendukung guna menghasilkan sebuah karya yang maksimal.

3.1.1 Pra-produksi

A. Penentuan Topik

Hal yang harus ditentukan pertama adalah penentuan tema besar yang menjadi acuan untuk pembuatan karya ini. Sebagai perusahaan yang baru berdiri selama dua tahun, tentu masih banyak orang – orang yang belum mengetahui mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh IDEMU. Maka dari itu diperlukan pengenalan terhadap produk yang ditawarkan oleh IDEMU sebagai perusahaan custom furniture modern. Produk yang akan di sorot dalam karya ini merupakan “Tatami” yang memiliki fungsi serba guna.

Tatami sendiri merupakan custom furniture yang dapat berfungsi sebagai tempat penyimpanan, alas Kasur, hingga menjadi ruang berkumpul yang minimalis dan hemat ruang. Furniture yang memiliki multifungsi ini menjadi salah satu produk andalan yang ada pada IDEMU, dan dengan adanya karya ini menjadikan Tatami lebih dikenal dan banyak peminatnya.

B. Riset

Setelah topik ditentukan, penulis akan melakukan riset untuk mengumpulkan data-data pendukung. Riset yang dilakukan berupa riset tipe-tipe shot yang akan diterapkan saat produksi. Riset dengan tujuan menemukan gaya yang cocok untuk pengambilan video furniture. Selain riset mengenai pengambilan gambar, juga dilakukan riset mengenai manfaat dari produk yang akan disorot dan juga refrensi

untuk pembuatan brosur. Semua riset yang dilakukan melalui beberapa video YouTube serta beberapa aplikasi seperti Pinterest, unsplash dan pixabay.

C. Membuat storyboard

Storyboard dibuat untuk menjadi acuan dalam pengambilan gambar produk profil ini. Storyboard yang dibuat akan terbagi menjadi beberapa bagian yang tiga diantaranya merupakan storyboard yang berdurasi satu menit.

D. Rencana Kerja

Dalam pembuatan karya ini tentunya perlu dibuat rencana kerja agar karya dihasilkan dapat selesai tepat waktu. Rencana kerja yang dibuat meliputi pra – produksi, produksi dan pascaproduksi. Berikut merupakan table rencana yang telah dibuat.

Table 3.1 Rencana Kerja

Bulan	Minggu	Keterangan
September	1-2	Riset
	3-4	Menghubungi Pihak IDEMU
Oktober	1	Membuat surat izin penggunaan nama
	2-3	menghubungi designer IDEMU untuk membahas copyright, mood, serta tone untuk brosur.
	4	Mengatur jadwal shoting
November	1-2	membuat storyline, storyboard, naskah
	3-4	mempersiapkan asset untuk pembuatan brosur
Desember	1-2	Shoting
	3	Editig
	4	Pembuatan brosur

E. Moodboard

Kegunaan dibuatnya *moodboard* ini adalah untuk menjadi contoh tampilan visual akhir yang akan dibuat pada karya ini. *Moodboard* ini juga dapat menjadi sebagai ide dan media yang dapat di telusuri lebih dalam mengenai visual akhir yang

diinginkan. Hal yang ditentukan dalam *moodboard* ini sendiri seperti: mood dan tone warna yang akan digunakan.

Referensi *moodboard* yang akan digunakan pada hasil akhir karya adalah dengan tone warna yang hangat karena dapat mewakili suasana kebersamaan orang-orang terdekat ketika sedang berkumpul bersama di Tatami. Dengan warna-warna hangat seperti oranye dan kuning kecoklatan dapat menjadi kombinasi yang pas untuk tatami yang memiliki tampilan visual seperti kayu. Referensi *moodboard* yang telah ditentukan dapat dilihat dibawah ini.



Gambar3. 1 Moodboard

(sumber: dokumen pribadi)

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

F. Talent

Pemilihan talent merupakan factor penting dalam mendukung kualitas dari karya yang akan dihasilkan. Terdapat beberapa kategori yang ditentukan yang bertujuan untuk lebih menggambarkan sebuah peristiwa dalam sebuah scene. Kategori talent yang akan berperan dalam karya ini adalah pria dan wanita dengan umur 19 – 25 tahun, lalu seseorang yang dapat menggambarkan pekerja maupun entrepreneur muda yang masih lajang atau baru saja menikah dan memiliki rumah atau apartemen. Kategori selanjutnya adalah menggambarkan pekerja fleksibel yang dapat bekerja dimana saja. Dalam karya ini dipilih talent perempuan dengan kategori yang telah ditentukan sebelumnya.

Dengan adanya talent dalam pembuatan karya ini juga dapat membantu pembuatan karya ini menjadi lebih mudah. Tak hanya itu, dengan adanya talent juga dapat menambah varian adegan dalam video dan membuat orang lain semakin tertarik untuk menonton video produk profil ini.

G. Musik

Musik juga merupakan bagian penting dalam karya ini untuk membantu penonton menjadi lebih tertarik terhadap video yang di buat. Selain itu musik juga dapat membuat penonton tidak merasa bosan. Penggunaan music pada sebuah video juga dapat membangun suasana.

Musik juga dapat berfungsi untuk mengisi kesunyian pada sebuah video. Pada karya ini music yang dipilih untuk dimasukan ke dalam video adalah music no copyright yang terdapat pada youtube. Kategori musik yang dipilih adalah music yang hanya diiringi dengan nada tanpa ada lirik.

H. Anggaran

Dalam pembuatan karya ini tentunya terdapat anggaran yang diperlukan untuk kelancaran pembuatan karya. Anggaran yang dirancang dengan tujuan membantu pembuatan video, poster, dan flyer. Berikut adalah rancangan anggaran yang telah di buat:

Table 3.2 Rancangan anggaran

Item	Harga	Quantity	Total
Transportasi (bensin - parkir)	Rp. 180.000	1	Rp. 180.000
Konsumsi	Rp. 150.000 / hari	3	Rp. 450.000
Uang saku talent	Rp. 50.000	3	Rp. 150.000
Canva pro	Rp. 28.000	1	Rp. 28.000
Total			Rp. 808.000

I. Perlengkapan

Perlengkapan yang digunakan dalam pembuatan karya ini sesuai dengan kebutuhan pada masa – masa produksi. Alat yang dipakai dalam pembuatan karya ini merupakan milik pribadi dan teman. Perlengkapan yang digunakan antara lain adalah kamera, *lighting*, *lighting stand*, *gimbal / stabilizer*, dan *tripod*. Kamera yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah kamera Sony A6400 dengan lensa Sigma 35mm f/1.4 dan Canon 750D dengan lensa yongnuo 50mm f/1.8. *lighting* yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah GVM-800D, dan Zhiyun weebill S adalah stabilizer yang akan dipakai saat produksi berlangsung.

3.1.2 Produksi

Proses produksi dilaksanakan sesuai rencana yang telah dibuat. Pada proses produksi terbagi menjadi beberapa tahap seperti yang dijelaskan dibawah.

A. Produksi Video

Setelah membuat storyboard dan storyline pada pra – produksi maka tahap selanjutnya adalah pembuatan video itu sendiri. Tahap produksi sendiri dilaksanakan di showroom IDEMU by VIVERE yang berada pada Gedung South 78, Gading Serpong. Dengan Storyboard dan riset sebelumnya maka akan diterapkan pada tahapan produksi.

Dalam pembuatan karya ini, dilakukan berbagai macam teknik dan dari berbagai perspektif agar karya yang dihasilkan memuaskan. Selama proses produksi juga tidak luput dari rencana yang telah dibuat dan direncanakan melalui storyboard. Saat produksi berlangsung juga selalu dilakukan improvisasi guna mengambil gambar dari perspektif baru.

3.1.3 Pasca produksi

Tahap produksi maka akan masuk ke tahap pasca produksi dimana hasil pengambilan gambar akan disunting. Berdasarkan rencana yang telah disusun, maka pasca produksi terbagi menjadi beberapa bagian antara lain adalah editing dan pembuatan brosur.

A. Editing

Pada tahap ini, semua hasil rekaman akan disortir berdasarkan alur yang telah ditentukan. Setelah itu maka akan masuk ke dalam software editing yaitu *adobe premiere pro-2020*. Di dalam aplikasi rekaman yang telah disortir akan dimasukan dan disusun berdasarkan alur yang ada pada storyboard. Setelah tahap penyusunan selesai, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pemotongan pada rekaman agar memaksimalkan efisiensi waktu dan tidak bertele – tele. Pada bagian ini juga akan ditambahkan efek transisi agar perpindahan video satu dengan yang lainnya terlihat lebih halus.

Setelah tahap pemotongan dan penyusunan alur cerita sudah selesai maka tahap selanjutnya adalah color griding. Color griding berfungsi agar warna yang akan di tampilkan dalam video lebih cerah dan hidup. Tone warna yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah hangat, guna membawa suasana kebersamaan keluarga muda yang di re presentasikan di dalam video ini.

3.2 Target Luaran/Publikasi

Hasil dari video produk profile “This is Tatami” akan terdiri dari sebuah video berdurasi empat menit, tiga video berdurasi satu menit, brosur dan poster. Semua informasi mengenai produk, di kemas sebaik mungkin agar dapat tersampaikan secara maksimal kepada para penonton. Video ini memfokuskan kepada para

customer yang ingin mengetahui produk Tatami lebih detail dengan penyampaian yang mudah dimengerti dan dipahami oleh para penonton.

Video ini akan dipublikasi melalui *social media* dan *website* IDEMU agar dapat dilihat oleh khalayak yang mengunjungi *website* maupun *social media* IDEMU. Dengan adanya video ini diharapkan membantu perusahaan dalam penyampaian informasi mengenai Tatami. Semua hasil karya ini akan di publikasi secara online melalui media social IDEMU.

3.3 Collateral

Terdapat juga media *collateral* yang berperan untuk melengkapi pembuatan karya ini. *Collateral* yang akan dibuat adalah poster dan flyer. Berikut merupakan rancangan setiap *collateral* yang akan dibuat.

3.3.1 Poster

Poster merupakan media yang memiliki beberapa ciri yaitu, menyampaikan sebuah pesan, sederhana namun memiliki visual yang menarik, dan memiliki slogan (Musfiqon, 2012, p. 85). Poster ini akan memiliki ukuran 2880 x 1600 *pixel* dengan rasio 16:9. Informasi yang terdapat pada poster tersebut merupakan penjelasan seputar TATAMI .

3.3.2 Flyer

Flyer yang akan dibuat nantinya akan berisi mengenai informasi mengenai TATAMI, yaitu kelebihan – kelebihannya. Jenis kertas yang akan digunakan pada flyer ini adalah *mat paper* 150 gsm, dan *finishing doff*. Flyer ini nantinya akan dicetak dengan ukuran A6 dengan dimensi 10.5 cm x 15 cm.

3.4 Point-of-purchase

Dalam pembuatan karya ini tidak luput juga dalam pembuatan *point of purchase*. *Point of purchase* yang akan dibuat merupakan box dengan visual *storage* TATAMI. Box tersebut akan dibuat dengan ukuran 25 cm di setiap sisinya dan menggunakan bahan dasar cardboard.