

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

3.1.1 Wawancara

Pada proses pembuatan video *community profile* ini, penulis mengadakan wawancara dengan ahli untuk mencari referensi tentang *community profile*. Wawancara ini dilaksanakan dengan Dr. Ira Purwitasari.,S.Sos.,M.I.Kom. Menurut Ira, komunitas sendiri adalah sebuah sekumpulan orang yang berbagi satu masalah, perhatian ataupun kegemaran terkait suatu hal, dan biasanya anggota sebuah komunitas akan berusaha untuk memperdalam pengetahuan akan topik tersebut. Di dalam komunitas itu sendiri para anggotanya akan berusaha untuk berinteraksi satu sama lain baik secara formal ataupun informal. Jika melihat kata profil sendiri kita berbicara mengenai sebuah identitas yang menjadi ciri sebuah kelompok atau organisasi. Di dalam konteks *community profile* kita dapat melihat bahwa merupakan sebuah pembeda diantara satu komunitas dengan yang lainnya, baik dapat dilihat melalui tujuannya, hak dan kewajiban anggota, dan kultur yang dibangun dari nilai-nilai komunitas.

Di dalam sebuah *community profile*, dapat terlihat visi misi komunitas, kegiatan apa saja yang dilakukan oleh komunitas baik internal maupun dilakukan bersama dengan masyarakat, sumber keuangan yang dapat dijabarkan dari beberapa sumber, kepengurusan dan keanggotaan, hak dan kewajiban, dan logo yang menjadi ciri khas komunitas.

Community profile sendiri dapat disampaikan melalui beberapa media seperti *face to face*, media digital yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, email, dsb. Ibu Ira mendapati media Instagram dapat lebih mudah menjangkau anak muda dengan berbagi konten yang dimana konten tersebut dapat menjadi salah satu bentuk *community profile*.

Berdasarkan teori yang penulis gunakan dalam proses pembuatan *community profile* ini, dimana penulis mencari teori yang dapat mendukung pembuatan video *community profile* dengan tujuan untuk memperkenalkan KFAI

kepada masyarakat dan juga para *stakeholder*, kemudian di lengkapi dengan wawancara dengan ahli, dapat dilihat bahwa *community profile* berbentuk video menjadi langkah yang tepat untuk melancarkan strategi pengenalan diri komunitas kepada audiens sesuai dengan tujuan komunitas. Salah satu keselarasan yang dapat dilihat dari teori dan pendapat dari Ira Purwitasari tentang pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai media yang saat ini menurutnya paling efektif untuk menjangkau audiens.

3.2 Anggaran

Tabel 2.1 Anggaran Pembuatan

	JENIS	QTY	TIPE	HARGA	HARI	KETERANGAN
1	CAMERA	1	SONY A7 MARK III	350.000	1 HARI	SEWA
2	CAMERA	1	SONY A6300	175.000	2 HARI	SEWA
3	CAMERA	1	SONY ZV E10	175.000	2 HARI	SEWA
4	LENSA	1	Sony FE 35mm f/1.4 Lens	150.000	2 HARI	SEWA
5	LENSA	1	Sony FE 24-70mm f/2.8 DG DN Lens	175.000	2 HARI	SEWA
6	TRIPOD	2	Tripod iFootage Komodo T7	75.000	2 HARI	SEWA
7	SOUND	1	Wireless Clip On (Saramonic Blink 500 B2)	100.000	2 HARI	SEWA
8	LIGHTING	1	Godox SZ150R RGB LED Video Light	200.000	2 HARI	SEWA
9	LIGHTING	1	Godox QR-P90 Parabolic Softbox with Grid	50.000	2 HARI	SEWA
10	LIGHTING	1	Godox FL150R Flexible LED Light 30x120cm with Softbox	200.000	2 HARI	SEWA
11	LIGHTING	1	Aputure Amaran F22C	300.000	2 HARI	SEWA
12	STAND	2	C-STAND	20.000	2 HARI	SEWA
13	LISTRIK EKSTRA	1	EXTRA LISTRIK	125.000	2 HARI	SEWA
14	EDITOR	1	EDITOR	1.000.000		SEWA
15	CAMERA ASSISTANT	1	CAMERA ASSISTANT	700.000	2 HARI	SEWA
16	RUANGAN	1	APEX 2 WISMA 76	1.580.000	TOTAL 11 JAM	SEWA
TOTAL				7.310.000	TOTAL	

3.3 Target Luaran/Publikasi

Target luaran pada video *company profile* Komunitas Fotografer Aviasi Indonesia ini adalah menggunakan *official* Instagram dari KFAI yaitu @KFA_Indonesia. Instagram dirasa merupakan media yang tepat untuk menjadi sarana publikasi yang tepat untuk menjangkau *audience* yang ingin dituju, secara KFAI sendiri menjadi Instagram sebagai media promosi utama dari komunitas.

