

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

Proses perancangan pembuatan karya dilakukan melalui beberapa tahapan. Terdapat tiga tahapan dalam pembuatan karya ini, mulai dari pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil akhir karya dibuat beberapa video produk profil serta kolateral produk Himoinsa dan DCK Power Tools yang merupakan produk dari PT Bach Multi Global.

Tabel 3.1 Tahapan Perancangan Karya

Tahapan	Kegiatan
Pra-Produksi	<ol style="list-style-type: none">1. Pengumpulan data dan informasi2. Perancangan ide dan konsep video3. Pembuatan <i>script</i> dan <i>storyboard</i>4. Pembuatan daftar alat produksi video5. Perancangan <i>collateral product</i>
Produksi	<ol style="list-style-type: none">1. Produksi video2. Produksi <i>collateral</i>
Pasca-Produksi	<ol style="list-style-type: none">1. Hasil video2. Hasil <i>collateral product</i>

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

Dalam tahapan pembuatan karya, perancang juga perlu menentukan waktu pembuatan karya. Maka perancang membuat *timeline* untuk mengatur waktu pembuatan karya mulai dari waktu pra-produksi, produksi lalu pasca-produksi.

Tabel 3.2 Timeline Pelaksanaan Perancangan Karya

Tahapan Perancangan Karya	Tahun 2023															
	Agustus				September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra-Produksi Product Profile Video	■						■						■			
Pra-Produksi Collateral Product			■					■								
Produksi Product Profile Video		■						■		■						
Produksi Collateral Product				■	■				■							
Pasca-Produksi Product Profile Video			■							■						■
Pasca-Produksi Collateral Product						■					■					

3.1.1 Pra-Produksi

Dalam tahap ini merupakan tahapan di mana perancang mempersiapkan seluruh persiapan untuk produksi video profil produk dan pembuatan kolateral produk. Persiapan dilakukan dengan mengumpulkan data mengenai PT Bach Multi Global menggunakan teknik observasi dan wawancara. Selain proses riset dan pengumpulan informasi, dalam proses ini termasuk juga merancang ide dan konsep, pembuatan *storyboard*, serta daftar alat yang dibutuhkan untuk produksi video. Tahapan pra-produksi membutuhkan waktu dua minggu. Proses pra-produksi ini membutuhkan waktu tiga minggu.

3.1.1.1 Pengumpulan Data dan Informasi

Pengumpulan data dan informasi disini bertujuan untuk mempersiapkan memperoleh data dan informasi penting yang dibutuhkan secara detail mengenai perusahaan beserta dengan produk-produk yang dijual dan disewakan oleh PT Bach Multi Global. Informasi dan data yang sudah dikumpulkan akan digunakan untuk membuat tugas karya pada kali ini. Pada kali ini, untuk pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, perancang melakukan observasi dan wawancara terhadap tempat dan dengan orang yang berwenang di PT Bach Multi Global.

1) Observasi

Menurut Bailey, observasi merupakan pengambilan data yang menggunakan kegiatan non-verbal, biasanya observasi dilakukan dengan pengamatan dan penglihatan melalui mata. Namun observasi juga dilakukan dengan indra lain seperti pendengaran, peraba dan penciuman (Samsu, 2017). Perancang menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dan data seputar perusahaan dan produk yang dijual dan disewakan oleh PT Bach Multi Global.

2) Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan oleh perancang adalah teknik wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2013), wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana perancang tidak menggunakan pedoman wawancara yang sistematis. Melalui proses wawancara, tahapan pengumpulan data dan informasi yang dilakukan oleh perancang adalah untuk mencari tahu lebih detail mengenai produk yang akan dirancang sedemikian rupa dalam *product profile video*. Data dan informasi yang didapatkan adalah melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada *key informan* yaitu Gilang Ramadhan Risadi, selaku Senior Digital Marketer atau yang disebut sebagai Supervisor Corporate Communications (yang bertanggung jawab untuk mengurus *digital marketing* perusahaan) dari PT Bach Multi Global.

Pada proses ini, *brand guidelines* diperlukan untuk memahami batasan-batasan yang ada dalam pembuatan *product profile video*. Menurut Kingsnorth (2019), *brand guidelines* berfungsi untuk memberi petunjuk kreatif, panduan *tone-of-voice*, dan batasan yang dapat diterima oleh *brand* tersebut. PT Bach Multi Global tentunya memiliki *brand guidelines* untuk setiap produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

3.1.1.2 Pembuatan Konsep dan Ide

Tahapan awal pada pembuatan video selalu diawali dengan mencari dan merancang ide cerita, ide pokok atau yang disebut juga sebagai premis. Pada dasarnya, premis merupakan sebuah kalimat yang dapat dikembangkan menjadi skenario atau sebuah konsep cerita. Dalam premis terdapat empat

bagian penting yang harus dimiliki, yaitu karakter atau tokoh, tujuan tokoh, halangan tokoh, resolusi. Satu kalimat yang dirancang untuk ide pokok akan dituangkan ke dalam *script* dan *storyboard* (Maradita, 2021).

3.1.1.3 Penulisan *Storyline: Script* dan *Storyboard*

Peristiwa yang terkait dengan titik balik yang mendahului dan menjelaskan serta memicu terjadinya sesuatu, dan kemudian menghasilkan suatu konsekuensi menjadi konsekuensinya, membentuk *storyline* (Caselli, Hovy, Palmer, Vossen, 2021)

Setelah menentukan ide cerita, langkah berikutnya adalah pembuatan *script* dan *storyboard* untuk menuangkan premis yang sudah ditentukan (Maradita, 2021). Menurut Maradita (2021) pembuatan *script* dan *storyboard* tidak memiliki bentuk atau struktur yang pasti, namun berurutan. Selain itu, *script* dan *storyboard* harus dapat menggambarkan premis terhadap orang lain.

Script adalah sekumpulan tulisan yang berisikan berbagai adegan dari sebuah film yang ditulis dengan penjelasan mendalam mengenai dialog setiap karakter. Sedangkan *storyboard* adalah potongan beberapa gambar yang menyerupai komik dan dibuat berdasarkan *shot* yang akan diambil saat proses produksi (Maradita, 2021).

Storyline, script dan *storyboard* dirancang oleh perancang sebagai *guidelines* untuk melaksanakan proses produksi secara berurutan agar hasil karya yang dibuat tidak akan melenceng dari tujuan awal dan hasil karya pun dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada *target market* dengan baik. *Storyline, script* dan *storyboard* juga memudahkan perancang untuk menyampaikan rancangan ide-ide dan konsep kepada pihak perusahaan yang berkaitan sehingga ide dan konsep dari perancang dapat mudah dipahami oleh pihak PT Bach Multi Global.

3.1.1.4 Pembuatan Daftar Alat Produksi dan Properti

Daftar alat produksi dan properti dibuat guna untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan pada saat hari melaksanakan jadwal produksi.

Daftar alat produksi berisi mengenai properti apa saja yang harus dibawa, dibeli, atau disewa untuk keperluan produksi.

3.1.1.5 Perancangan Kolateral Produk

Kolateral produk dirancang untuk mendukung aktivitas promosi, dan mendukung pemasaran omnichannel dari *aware* hingga *ask*. Kolateral produk akan dibuat dalam bentuk poster, brosur, *flag banner* dan *standing display*. Tahapan ini akan menjelaskan referensi yang dipilih hingga format yang akan digunakan pada saat proses produksi berlangsung.

3.1.2 Produksi

3.1.2.1 Pembuatan Daftar Alat Produksi dan Properti

Daftar alat produksi dan properti dibuat guna untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan pada saat hari melaksanakan jadwal produksi. Daftar alat produksi berisi mengenai properti apa saja yang harus dibawa, dibeli, atau disewa untuk keperluan produksi.

3.1.2.2 Perancangan Kolateral Produk

Kolateral produk dirancang untuk mendukung aktivitas promosi, dan mendukung pemasaran omnichannel dari *aware* hingga *ask*. Kolateral produk akan dibuat dalam bentuk poster, brosur, *flag banner* dan *standing display*. Tahapan ini akan menjelaskan referensi yang dipilih hingga format yang akan digunakan pada saat proses produksi berlangsung.

3.1.1 Produksi

3.1.1.1 Video Produk Profil

Pada proses produksi, semua properti yang telah tertulis dalam daftar akan dipersiapkan terlebih dahulu sebelum proses produksi berlangsung untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Dalam proses syuting untuk produksi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti lokasi, shot yang ingin diambil, hingga yang dibutuhkan. Dalam proses syuting ini, pengambilan gambar dan suara yang dilakukan dengan menggunakan kamera digital dan mic eksternal (jika diperlukan) juga termasuk dalam *script* dan *storyboard* yang sudah dirancang. Proses syuting ini membutuhkan waktu dua hari kerja.

3.1.1.2 Kolateral Produk

Pada proses produksi untuk kolateral produk, perancang menggunakan *mock-ups* sebagai *prototype*. *Mock-ups* tersebut dipilih dan dijadikan referensi sebagai dasar *template* untuk melanjutkan ke tahap *re-design* menggunakan elemen warna, grafik dan tipografi yang sesuai dengan identitas perusahaan. Proses pembuatan kolateral produk membutuhkan waktu dua minggu.

3.1.2 Pasca-Produksi

3.1.2.1 Video Produk Profil

Setelah mengambil klip gambar dan suara yang dibutuhkan untuk video, selanjutnya yang dilakukan adalah melaksanakan proses pasca-produksi yaitu proses *editing* dan revisi. Proses *editing* dapat dibagi menjadi dua, yaitu *offline* dan *online*. Dalam *offline editing* yang dilakukan adalah *cutting*, *b-roll* dan menambahkan *background music*. Sedangkan pada tahapan *online editing*, yang dilakukan adalah penambahan *visual effect* dan *color grading* (Maradita, 2021). Proses pasca-produksi untuk video profil produk membutuhkan satu minggu

3.1.2.2 Kolateral Produk

Pada proses pasca-produksi kolateral produk, desain yang sudah dibuat sedemikian rupa dengan persetujuan perusahaan diletakkan pada *mock-up* sehingga menjadi poster, brosur, *flag banner* dan *standing display* produk perusahaan

3.1.2.3 Survei Evaluasi Karya

Survei kuesioner adalah mengumpulkan informasi melalui pertanyaan-pertanyaan terstruktur di mana setiap responden disajikan serangkaian pertanyaan sesuai dengan segala hal yang telah disiapkan dan ditetapkan (Brace & Bolton, 2022).

Survei kuesioner dilakukan pada proses pasca-produksi karya ini adalah kuesioner melalui Google Form untuk memudahkan responden dalam menjawab survei serta mempersingkat waktu perancang untuk mengumpulkan data survei. Survei kuesioner ini bertujuan untuk

mendapatkan fakta mengenai evaluasi hasil karya yang telah dibuat oleh perancang dalam lingkup pelanggan dan konsumen PT Bach Multi Global.

3.2 Anggaran

Dalam proses produksi video profil produk PT Bach Multi Global, membutuhkan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat terlaksana dengan baik.

Tabel 3.3 Anggaran Perancangan Karya

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya
1	Properti Kayu	IDR 200.000,00
2	Transportasi	IDR 1.500.000,00
4	Konsumsi	IDR 600.000,00
TOTAL		IDR 2.300.000,00

3.3 Target Luaran atau Publikasi

3.3.1 Video Profil Produk

Karya yang telah dirancang dan diproduksi berupa video akan di gunakan pada kegiatan promosi produk perusahaan, salah satunya adalah acara pemasaran PT Bach Multi Global, yang merupakan wadah untuk promosi produk serta publikasi konten perusahaan. Selain itu, karya juga akan digunakan untuk mempromosikan produk di toko-toko serta di kantor perusahaan pada saat bertemu dengan konsumen.

3.3.2 Kolateral Produk

Karya yang telah dirancang dan diproduksi berupa gambar dan beberapa tulisan yang menjadi brosur, katalog, *flag banner* dan *standing display* produk yang dijual dan disewa kepada pelanggan oleh PT Bach Multi Global, yaitu Himoinsa dan DCK Power Tools.

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