

## BAB III

### RANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

Sebelum perancangan karya ini dimulai, perlu dilakukan pengumpulan data-data untuk membangun konsep rancangan karya *company video profile*. Data-data tersebut dikumpulkan melalui berbagai proses, baik dengan melakukan bimbingan dengan *supervisor* lapangan di perusahaan, maupun mempelajari berbagai *corporate video profile* karya perusahaan sebelumnya dan referensi-referensi *company video profile* dari perusahaan lain.

Dalam merancang karya *company video profile*, ada tiga tahap penyusunan yang perlu dilewati oleh pembuat karya, yaitu tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

##### 3.1.1 Pra-produksi

Tahap pertama dalam sebuah pembuatan karya video merupakan tahap pra-produksi. Di tahap ini, dilakukan berbagai macam persiapan yang harus dilakukan sebelum melakukan pembuatan karya. Tahap pra-produksi dilakukan sehingga pembuat karya memiliki waktu untuk bisa mempersiapkan segala hal-hal yang penting sebelum melakukan tahap produksi yang melibatkan banyak pihak eksternal. Tahap pra-produksi harus dilakukan dengan baik sehingga segala sesuatu bisa terlaksana dengan baik pada tahap produksi. Persiapan pra-produksi yang tidak tersusun dengan baik akan menyebabkan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan selama tahap produksi berlangsung. Hal itu pastinya merupakan poin penting yang perlu dihindari oleh setiap pembuat karya.

##### 3.1.1.1 Tujuan Pembuatan Karya

Sebelum menentukan sebuah karya yang akan dibuat, pembuat karya terlebih dahulu berkonsultasi dengan *supervisor* lapangan, Diana selaku Chief Operating Officer di Mantappu Corp. Pada saat itu, pembuat karya memastikan kebutuhan dari perusahaan saat ini. Saat berkonsultasi dan melakukan *brainstorming* dengan

*supervisor* lapangan, kami akhirnya setuju dengan pembuatan karya *video company profile*.

*Video company profile* merupakan sebuah karya yang penting untuk dimiliki sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru berdiri. *Video company profile* berfungsi sebagai pengenalan eksistensi dari perusahaan kepada masyarakat, termasuk Mantappu Corp. Saat ini, Mantappu Corp belum memiliki sebuah *video company profile* yang bisa ditunjukkan oleh perusahaan kepada masyarakat. Sebenarnya, Mantappu Corp telah memiliki sebuah *video company profile*. Namun, video tersebut tidaklah eksklusif khusus untuk Mantappu Corp, melainkan merupakan video kolaborasi dengan GoWork, sebuah *co-working space* yang menjadi kantor pertama Mantappu Corp.

Selain video yang tidak eksklusif, Mantappu Corp sebagai *start-up company* yang memiliki fase perkembangan yang cepat, pastinya memiliki banyak perkembangan terbaru mengenai perusahaan. Hal tersebut juga yang melatarbelakangi perlunya *company video profile* dengan informasi terbaru dan *ter up-to-date* untuk Mantappu Corp tunjukkan kepada masyarakat luar. Bila karya ini diciptakan, pembuat karya akan membantu Mantappu Corp untuk bisa mengenalkan citra dan perkembangan perusahaan kepada masyarakat luas. Hal ini selaras dengan apa yang disebutkan oleh CEO Mantappu Corp. Saat pembuat karya melakukan pengumpulan data dengan metode *interview*, Jehian Pananggian Sijabat (2023), “*Kita pengennya our vision di arah sana tadi yang uda aku jelasin itu bisa dikenal sama masyarakat luas juga.*”

Setelah menentukan tujuan dari pembuatan karya. Perlu juga menentukan segmentasi audiens dari tiap video yang ingin diciptakan.

Tabel 3.1 Segmentasi Audiens Karya

Video Karya	Segmentasi Audiens
Video 1	a. Demografis - Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan - Usia : 15 – 35 Tahun - SES Level : A-C

	<p>b. Behaviour</p> <p>Remaja hingga dewasa muda yang tertarik dengan perusahaan <i>talent management</i>.</p> <p>c. Geografis</p> <p>Indonesia</p>
Video 2	<p>a. Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan</li> <li>- Usia : 15 – 25 Tahun</li> <li>- SES Level : A-C</li> </ul> <p>b. Behaviour</p> <p>Mahasiswa dan anak sekolah yang tertarik dengan sosok Jehian Panangian Sijabat sebagai pemilik dari Mantappu Corp.</p> <p>c. Geografis</p> <p>Indonesia</p>
Video 3	<p>a. Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan</li> <li>- Usia : 22 - 35 Tahun</li> <li>- SES Level : A-B</li> </ul> <p>b. Behaviour</p> <p>Dewasa muda yang memiliki bisnis <i>start-up</i> dan membutuhkan bantuan dari perusahaan yang lebih besar untuk membantunya berkembang.</p> <p>c. Geografis</p> <p>Indonesia</p>
Video 4	<p>a. Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan</li> <li>- Usia : 22 - 40 Tahun</li> <li>- SES Level : A-B</li> </ul> <p>b. Behaviour</p> <p>Orang-orang yang bekerja di ranah <i>advertising agency</i> dan</p>

	<p><i>brand-brand</i> sebagai calon klien dari talent Mantappu Corp.</p> <p>c. Geografis</p> <p>Indonesia, Jepang, Korea</p>
--	--

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.1.1.2 Merancang Ide dan Gagasan

Selanjutnya, pembuat karya mulai merancang ide dan tema karya yang harus dituangkan menjadi empat hasil karya *company video profile* yang berdurasi empat menit untuk satu video dan satu menit untuk tiga video. Dalam perancangan ide dan tema karya, mengacu pada contoh *video profile* Mantappu Corp x GoWork. Dari video tersebut, pembuat karya mempelajari isi-isi dari video yang disuguhkan, *style video* yang diciptakan, dan cara pembawaan narasumber di dalam video tersebut.



Gambar 3.1 Company Profile Mantappu Corp x Gowork

Sumber : Google (2021)

Setelah berdiskusi dengan Diana selaku supervisi lapangan dan Chief Operating Officer Mantappu Corp, kami setuju untuk membuat jenis video yang memiliki style yang sama, yaitu video dengan konsep *interview* non-formal, dengan gaya yang *casual* dan *fun*. Hal ini dilatarbelakangi dengan citra perusahaan Mantappu Corp yang merupakan perusahaan *start-up talent management company* yang didominasi oleh generasi muda baik dari *talents-talents*-nya, maupun karyawan-karyawan yang bekerja untuk kelancaran perusahaan. Dengan perusahaan yang bercitra *youthful*, konsep yang ceria akan

lebih cocok dibandingkan dengan *company video profile* yang formal dan terlalu bersifat korporasi.

Selain itu, pembuat karya juga mengajukan untuk membuat *company profile* dengan bentuk yang lebih formal untuk perusahaan. Dengan begitu, perusahaan mampu memiliki dua versi *company profile* yang dapat dipilih untuk digunakan di beberapa kondisi yang berbeda. Misalnya, saat ada *event-event* non-formal, seperti acara universitas, Mantappu Corp dapat menampilkan jenis *company profile* yang non-formal. Begitu juga sebaliknya, saat ada *event-event* formal, seperti acara pers, Mantappu Corp dapat menampilkan jenis *company profile* yang formal. Pembuat karya telah mengobeservasi beberapa *company profile video* milik perusahaan lain. Salah satu *company profile* yang akhirnya dijadikan referensi utama adalah *company profile* dari IDN Creative Video Production. Dengan durasi yang singkat, IDN Creative Video Production dapat menampilkan sebuah *company profile* yang menarik dan informatif. Dua poin ini yang ingin diadopsi oleh pembuat karya sehingga pembuat karya dapat menciptakan *company profile* yang menarik mata penontonnya sekaligus memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat tentang Mantappu Corp.



Gambar 3.2 IDN Creative Video Production  
Sumber : Youtube IDN Times (2018)

### 3.1.1.3 Merancang *Meta Message* dan Sinopsis

Dalam merancang sebuah karya, perlu adanya masalah yang muncul dalam perusahaan yang mengharuskan pembuat karya muncul dengan solusi dalam

menyelesaikan masalah tersebut. Karena itu, dapat disimpulkan permasalahan dan solusi dari perusahaan Mantappu Corp dengan konsep yang diajarkan pada mata kuliah *Creative Media Production*.

“Ada gak ya talent management yang bisa sediain influencer-influencer yang keren, citra bagus di mata masyarakat, dan anak muda banget deh. Malah butuhnya influencer dari mancanegara lagi. Kira-kira siapa yaa yang bisa provide hal tersebut?”

“Ada nggak yaa company yang bergerak sebagai holding company buat brand-brand yang mau bertumbuh? Pengen banget punya company yang bisa support konten kreator sebagai tempat kami bertumbuh, tapi gak tahu di mana. Kira-kira di mana ya aku bisa mendapat support tersebut?”

“Ada loh talent management company yang memiliki talent-talent yang gayanya anak muda banget, punya citra yang bagus, dan berasal dari mancanegara. Keren banget deh pokoknya! Selain bisa support brand untuk berkembang dengan talent-talent-nya, perusahaan ini juga bisa support start-up business untuk berkembang lebih lagi lho dengan keberadaan konten kreator tersebut.”

Setelah menyimpulkan masalah dan solusi, pembuat karya menentukan *meta message* dan juga sinopsis dalam penciptaan karya *video company profile* Mantappu Corp. Masing-masing video berdurasi satu menit memiliki satu *meta message*, sedangkan video yang berdurasi empat menit terdiri dari dua *meta message*. Detail dari *meta message* dan *storyline* adalah sebagai berikut,

Tabel 3.2 Meta Message dan Sinopsis Video Company Profile Mantappu Corp.

Karya	Meta Message	Sinopsis
Video 1	<i>Talent management company for International content creators and holding company for start-up</i>	Jehian Pananggian Sijabat merupakan CEO dari Mantappu Corp. Jehian menjelaskan perusahaan Mantappu Corp, awal mula terbentuknya Mantappu Corp, dan visi misi dari Mantappu Corp. Jehian juga menyebutkan siapa saja

	<i>brands</i>	<i>talents</i> Mantappu Corp sekaligus ciri khas dari <i>talent-talent</i> -nya yang berasal dari mancanegara. Setelah itu, Jehian menjelaskan perkembangan proses Mantappu Corp sebagai <i>holding company</i> dari <i>brand-brand</i> yang ingin bertumbuh. Saat ini, Mantappu Corp memiliki 3 <i>brand extensions</i> , yaitu Belinsky, Konnijiwa, dan Glxssy.
Video 2	<i>Talent management for International content creators</i>	Jehian Pananggian Sijabat merupakan CEO dari Mantappu Corp. Jehian menjelaskan perusahaan Mantappu Corp, awal mula terbentuknya Mantappu Corp, dan visi misi dari Mantappu Corp. Jehian juga menyebutkan siapa saja <i>talents</i> Mantappu Corp sekaligus ciri khas dari <i>talent-talent</i> -nya yang berasal dari mancanegara.
Video 3	<i>Mantappu Corp as holding company for start-up brands</i>	Jehian Pananggian Sijabat merupakan CEO dari Mantappu Corp. Jehian menjelaskan perusahaan Mantappu Corp dan perkembangannya sebagai <i>holding company</i> dari <i>brand-brand</i> yang ingin bertumbuh. Saat ini, Mantappu Corp memiliki 3 <i>brand extensions</i> , yaitu Belinsky, Konnijiwa, dan Glxssy.
Video 4	<i>Service providers for brands who needs creator schemes as their catalyst</i>	Mantappu Corp sebagai <i>talent management company</i> yang memiliki <i>talent-talent</i> dari mancanegara dan telah dipercaya oleh lebih dari lima puluh <i>brand</i> . Mantappu Corp ingin menginfokan kepada <i>brand-brand</i> di luar sana untuk mengandalkan Mantappu Corp dan <i>talent-talent</i> -nya sebagai <i>catalyst</i> dalam membantu

		<i>brand-brand</i> tersebut untuk berkembang.
--	--	---

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.1.1.4 Merancang Naskah Kasar

Setelah merancang ide, tema, *meta message* dan *storyline* dari tiap karya yang akan diciptakan, pembuat karya lanjut ke tahap pembuatan naskah kasar yang akan menjadi acuan dari pembuat karya untuk mengembangkan narasi-narasi dari *company video profile* yang akan dibuat.

#### a. Karya *Company Video Profile* 1 (Durasi 4 menit)

Tabel 3.3 Pembagian Scene Video Company Profile 1

Scene	Keterangan
Scene 1	Opening
Scene 2	Perkenalan diri dari CEO Mantappu Corp.
Scene 3	Penjelasan mengenai Mantappu Corp. sebagai perusahaan
Scene 4	Visi Misi Mantappu Corp.
Scene 5	Awal mula terbentuknya Mantappu Corp. sebagai perusahaan talent management service
Scene 6	Pengenalan talent-talent Mantappu Corp.
Scene 7	Penjelasan brand extensions dari Mantappu Corp, Belinsky, Glxssy, dan Monsora Dessert House.
Scene 8	Closing

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

#### b. Karya *Company Video Profile* 2 (Durasi 1 menit)

Tabel 3.4 Pembagian Scene Video Company Profile 2

Scene	Keterangan
Scene 1	Opening Scene



Scene 2	Perkenalan diri dari CEO Mantappu Corp.
Scene 3	Penjelasan mengenai Mantappu Corp. sebagai perusahaan
Scene 4	Awal mula terbentuknya Mantappu Corp. sebagai perusahaan talent management service
Scene 5	Pengenalan talent-talent Mantappu Corp.
Scene 6	Visi Misi Mantappu Corp.
Scene 7	Closing

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

c. Karya *Company Video Profile 3* (Durasi 1 menit)

Tabel 3.5 Pembagian Scene Video Company Profile 3

Scene	Keterangan
Scene 1	Opening
Scene 2	Perkenalan diri dari CEO Mantappu Corp.
Scene 3	Penjelasan mengenai Mantappu Corp. sebagai perusahaan
Scene 4	Penjelasan brand extensions dari Mantappu Corp, Belinsky, Glxssy, dan Monsora Dessert House.
Scene 5	Closing

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

d. Karya *Company Video Profile 4* (Durasi 1 menit)

Tabel 3.6 Pembagian Scene Video Company Profile 4

Scene	Keterangan
Scene 1	Opening Background music
Scene 2	Proud Indonesian talent management company and has been building international influencers across the globe since 2018

Scene 3	We build connection between brand & creators
Scene 4	Aim to create a solid digital communication
Scene 5	With more than a billion views
Scene 6	18 creative talents
Scene 7	Trusted by more than 50 brands collaborations
Scene 8	Do you need a company who can help you navigate the rapidly changing market and push emerging businesses to be heard?
Scene 9	Mantappu Corp are here to help you! Let our content creators be your catalyst and help your businesses to grow.
Scene 10	Contact us! Email : ....
Scene 11	Closing statement - Mantappu Corp - building international influencer

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.1.1.5 Pembentukan Tim Produksi

Dalam pembuatan karya *company video profile* ini, dibutuhkan seseorang yang mengerti tahap pembuatan video dengan baik sehingga hasil akhir dari *video profile* ini bisa terlihat menarik di mata penonton yang melihatnya. Dalam karya *company video profile* Mantappu Corp, Rizky Hanum sebagai mahasiswa film Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2021 membantu pembuatan karya ini secara profesional.

### 3.1.1.6 Merencanakan Keperluan Alat

Di tahap ini, persiapan alat-alat yang kemungkinan akan digunakan saat pembuatan karya mulai dilakukan. Tujuan melakukan hal ini adalah untuk memastikan alat-alat tersedia sebelum masa produksi berlangsung.

Tabel 3.7 Keperluan Alat Karya

No.	Nama Barang	Qty.
1	Kamera Sony A6600	1
2	Lensa Sony 18-105mm F.4	1
3	Tripod	1
4	Mic Clip On	1
5	Gunting	1
6	Masking tape	1
7	Lakban	1

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.1.1.7 Timeline

Linimasa merupakan pedoman seorang pembuat karya dalam memproses sebuah kegiatan produksi video. Dengan adanya linimasa, pembuat karya mampu memastikan segala hal dapat berjalan secara terstruktur dari awal hingga akhir.

Tabel 3.8 Linimasa Pembuatan Karya

No	Aktivitas	Bulan													
		September				Oktober				November				Des	
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
Pra-produksi															
1	Merancang Ide dan Gagasan														
2	Merancang <i>Meta Message &amp; Sinopsis</i>														
3	Pengumpulan Data dan Informasi														
4	Merancang Naskah														
5	Pembentukan Tim														

	Produksi														
6	Merancang Keperluan Alat														
7	Merancang <i>Storyboard</i>														
Produksi															
1	<i>Shooting Karya</i>														
Pasca Produksi															
1	<i>Editing</i>														
2	<i>Preview</i>														

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.1.2 Produksi

Proses produksi dapat dilakukan setelah proses pra-produksi telah terancang dengan baik. Proses produksi melibatkan banyak pihak eksternal yang menyebabkan persiapan sebelum hari produksi harus dilakukan dengan matang. Selain persiapan yang matang, koordinasi lokasi *shooting* dan waktu narasumber juga menjadi hal yang krusial.

Dalam pembuatan karya *video company profile* Mantappu Corp, pembuat karya melakukan koordinasi dengan narasumber untuk memastikan waktu luang dari CEO Mantappu Corp. Karena karya yang dipilih merupakan *video company profile*, CEO menjadi narasumber utama dalam karya ini. Dengan jadwal CEO yang padat, pembuat karya harus mengatur waktu dari jauh-jauh hari sehingga proses produksi dapat terlaksana.

### 3.1.3 Pasca Produksi

Setelah proses produksi selesai dilakukan, tahap terakhir yang perlu dilakukan oleh pembuat karya adalah tahap pasca produksi. Pada tahap ini, penyortiran *footage-footage* yang telah diambil pada saat produksi disortir kembali. *Footage* yang paling baik dan sesuai akan dipilih dan dimasukkan ke dalam hasil akhir *video company profile*. Pada tahap ini, hal-hal yang sudah dirancang pada tahap

pra-produksi mungkin saja berubah sesuai dengan kondisi yang paling cocok untuk hasil akhir karya company video profile ini.

Di tahap ini juga, proses *editing*, seperti *cutting*, *color grading*, *sound editing*, dan *transisi* dilakukan. Proses editing akan menyempurnakan hasil akhir dari *video company profile* sehingga menarik dilihat oleh mata.

### 3.2 Anggaran

Sebelum melakukan proses produksi, diperlukan detail penyusunan anggaran untuk pembuatan karya *video company profile*. Anggaran dibutuhkan agar semua tahapan dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Anggaran yang dibuat terlampir pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.9 Anggaran Karya

PERALATAN					
No	Uraian	Jumlah	Biaya	Keterangan	Total Biaya
1	Kamera Sony A6600	1	Rp0	Milik pribadi	Rp0
2	Lensa Sony 18-105mm F.4	1	Rp0	Milik pribadi	Rp0
3	Tripod	1	Rp0	Milik pribadi	Rp0
4	Mic Clip On	1	Rp0	Milik perusahaan	Rp0
5	Gunting	1	Rp0	Milik perusahaan	Rp0
6	Masking tape	1	Rp0	Milik pribadi	Rp0
7	Lakban	1	Rp0	Milik perusahaan	Rp0
JASA					

1	Juru Kamera dan Editor	1	Rp1,700,000		Rp1,700,000
TOTAL					Rp1,700,000

(Sumber : Olahan Penelitian, 2023)

### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Karya yang akan dihasilkan oleh pembuat karya berupa *video company profile* yang terdiri dari empat buah video dengan durasi masing-masing empat menit sejumlah satu video dan satu menit sejumlah tiga video. Rasio dari karya ini berupa 16:9 seperti *video profile* pada umumnya.

Karya *video company profile* ini akan digunakan sebagai salah satu alat Mantappu Corp. untuk memperkenalkan dirinya kepada khalayak. *Video company profile* yang diciptakan akan difungsikan sebagai *marketing kit* dari Mantappu Corp. Jadi, dengan adanya *video company profile* ini, Mantappu Corp dapat menunjukkan karya ini saat ada acara-acara yang melibatkan Mantappu Corp sebagai partisipannya.

Selain itu, informasi yang diberikan di dalam karya *video company profile* ini akan memberikan informasi terbaru dan *ter-up-to-date* mengenai Mantappu Corp sehingga Mantappu Corp bisa dikenal lebih dalam lagi oleh khalayak yang menonton karya video ini. Hal ini dapat menyebabkan meningkatnya *brand awareness* dari Mantappu Corp dan mendukung visi dari Mantappu Corp sebagai *top of mind creative prowerhouse*.

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