

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Proses perencanaan dalam pembuatan karya *video corporate* memiliki beberapa tahap dalam prosesnya. Menurut Sunarya Lusyani, et al, (2017) menyebutkan bahwa dalam tahapan produksi dibagi menjadi 3 bagian, yaitu tahap *Pre-Production* yang dimana merupakan tahap awal sebelum masa produksi, yang dimana dalam tahap ini berisikan segala persiapan dan perancangan ide sebelum masa produksi.

Tahap selanjutnya adalah tahap *production*, yang dimana dalam tahap ini merupakan tahap realisasi dari ide dan naskah yang sudah dibuat dari tahap sebelumnya. Tahapan terakhir adalah *post-production*, yang dimana dalam tahap ini merupakan tahap terakhir dari perencanaan produksi, yang dimana dalam tahap ini segala bentuk realisasi dari tahap produksi akan memasuki tahapan penyeleksian dan penggabungan dari *footage* yang sudah diambil saat tahap produksi, seperti *editing* untuk menyempurnakan menjadi 1 *sequence* utuh.

Tabel 3.1 Tahapan perencanaan karya *video corporate profile*

Tahapan	Aktivitas
<i>Pre-production</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Belajar <i>Product knowledge</i>2. Mengumpulkan data mengenai prodi3. <i>Brainstorming</i> mengenai konsep4. Menentukan lokasi5. Membuat naskah dan <i>storyboard</i>6. Membuat daftar alat produksi & <i>crew</i>

	<ul style="list-style-type: none"> 7. Membuat surat permintaan izin penggunaan logo dan merek 8. Mencari <i>talent</i> yang sesuai 9. <i>Briefing & simulasi</i>
<i>Production</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Produksi video
<i>Post-production</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Editing video 2. Revisi 3. Tayang

Tabel 3.2 *Timeline* perencanaan karya

Aktivitas	February				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Belajar <i>product knowledge</i>	■	■	■	■												
Mengumpulkan data mengenai prodi				■	■											
<i>Brainstorming</i> konsep				■	■											
Membuat naskah dan <i>storyboard</i>							■	■								
Membuat daftar alat produksi dan <i>crew</i>							■	■								
Membuat perizinan							■	■								
Mencari <i>talent</i>						■	■									
Briefing & Simulasi										■						
Produksi Video											■	■				
<i>Editing</i> video												■	■			
Revisi															■	
Tayang															■	

3.1.1 Pre-production

Tahap *pre-production* merupakan tahap dimana merupakan langkah awal dalam memulai produksi, yang dimana segala persiapan yang dimulai dari riset, pembuatan ide dan naskah, dan lain sebagainya. Pada tahap *pre-production*, segala konsep dan ide harus direncanakan dengan matang, karena dengan segala perencanaan yang sudah matang dan siap.

Dengan meminimalisir kesalahan yang akan dilaksanakan saat produksi, sehingga segala hasil akan berjalan dengan maksimal. Dalam tahap *pre-production video corporate profile* mengenai Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP), terdapat berbagai aktivitas yang ada di tahap *pre-production*, diantaranya sebagai berikut:

3.1.1.1 Belajar *product knowledge*

Product knowledge berisikan informasi mengenai suatu produk yang ingin disasar. Coutler, et al (2005:604) menyatakan bahwa *product knowledge* adalah sebuah variabel konsep yang sangat penting dalam *consumer behaviour*, dan hal tersebut dipengaruhi oleh tampilan dari informasi tersebut. Selain itu, *product knowledge* adalah sebuah hal yang penting ketika kita memasarkan sesuatu produk kepada audiens.

Ketika ingin membuat sebuah ide dalam *video corporate profile*, tentu saja harus mengetahui apa yang ingin dikerjakan, salah satunya belajar informasi mengenai produk, dan produk yang dimaksud dalam rana MNP adalah informasi mengenai prodi yang terdapat di Kampus tersebut.

Product knowledge sangat penting untuk diketahui, karena hal ini menjadi landasan utama dalam merancang ide yang akan dibuat. Dengan mengetahui *product knowledge* MNP, maka rancangan dan ide dapat dibuat sesuai dengan kenyataan yang ada di MNP.

3.1.1.2 Mengumpulkan data mengenai prodi

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang lebih akurat untuk keperluan menyusun rancangan video *corporate profile*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi yang dimana aktivitas dilakukan secara langsung turun di lapangan untuk mengumpulkan informasi dari dosen setempat dan mahasiswa secara langsung mengenai data yang sudah diketahui melalui *product knowledge*, sehingga data yang diperoleh bersifat objektif dan sudah melalui proses konfirmasi tanpa adanya memihak suatu pihak tertentu.

3.1.1.3 *Brainstorming* mengenai konsep

Brainstorming merupakan proses pertukaran pikiran dalam merancang segala sesuatu dengan adanya komunikasi diantara 2 pihak atau lebih. Dengan melakukan proses *brainstorming*, maka dalam aktivitas pembuatan video *corporate* dapat menyesuaikan dengan konsep yang didasarkan dengan target audiens dari MNP itu sendiri, yaitu calon mahasiswa yang masih duduk di bangku Sekolah menengah atas (SMA).

Dalam tahap ini, bahwa ketika proses *brainstorming*, konsep yang digunakan adalah video dengan pengambilan gambar secara *one-take* tanpa adanya pemotongan adegan dalam 1 *scene*, dengan menggunakan *talent* yang berbicara depan kamera, dan membangun nuansa yang *enjoy* dan *fun*, yang dimana hal ini disesuaikan dengan target audiens dari MNP.

Selain itu, dalam tahap *brainstorming* juga membahas bagaimana durasi dari video *corporate profile* yang akan dirancang, yaitu dengan durasi minimal 4 menit, dan untuk versi video pendek dengan durasi masing-masing video berdurasi minimal 1 menit dan tidak lebih dari 2 menit. Selain itu, dengan berdiskusi dengan pihak perusahaan, bahwa video *corporate profile* yang akan dirancang dipublikasikan melalui media sosial Youtube Multimedia Nusantara

Polytechnic dengan harapan dapat menjangkau target audiens MNP lebih banyak.

Selama proses brainstorming, akan membahas waktu perkiraan pengambilan gambar, yang dimana pengambilan gambar akan dilakukan selama 1 minggu *full* di minggu ke-3 bulan april 2024, dengan pertimbangan setelah libur lebaran. Dalam proses brainstorming juga membahas bagaimana *talent* yang sesuai dengan konsep video dan dengan mahasiswa MNP yang terbiasa berbicara di depan kamera.

3.1.1.4 Menentukan lokasi

Saat menentukan lokasi produksi, sangat mempertimbangkan kondisi ruangan yang menjadi tempat syuting dengan kesesuaian konsep yang ada dalam naskah. Untuk melakukan produksi, akan menyesuaikan bagaimana aktivitas perkuliahan yang sudah dijalankan sehari-harinya, yaitu mayoritas akan mengambil dalam kelas dan laboratorium, dengan menyesuaikan kondisi kelas yang dilakukan untuk mengimbangi konsep dalam naskah.

Dalam menentukan lokasi, tentu saja akan melibatkan berbagai pihak, seperti pihak kampus, *security*, dan dosen, karena tim tidak bisa memaksakan kehendak pribadi untuk melakukan produksi dengan meminjam secara paksa, sehingga akan membuat hubungan tim dengan pihak kampus akan bermasalah. Untuk menghindari hal tersebut, tim akan melakukan proses janji kepada pihak kampus dan pihak dosen terkait peminjaman ruangan, karena produksi dilakukan secara bersamaan dengan proses perkuliahan, sehingga akan menyesuaikan dengan jadwal perkuliahan mahasiswa dengan dosen.

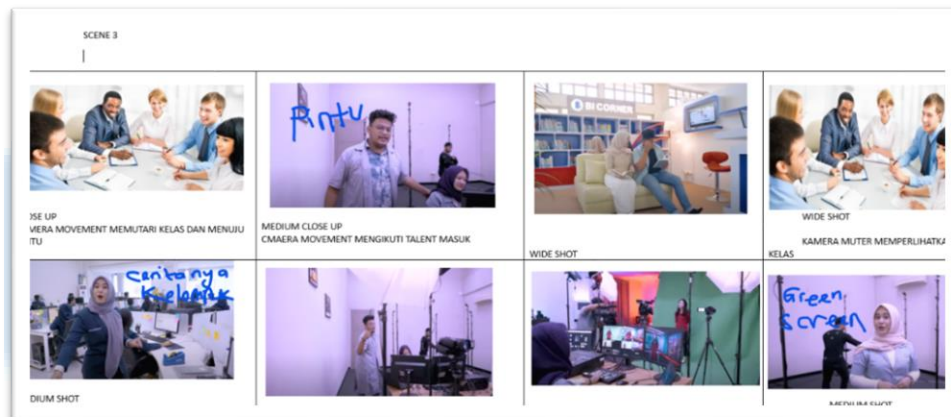
3.1.1.5 Membuat naskah dan *storyboard*

Setelah mendapatkan ide dan konsep mengenai *video corporate profile* yang akan diproduksi, maka langkah selanjutnya adalah membuat naskah dan *storyboard*. Naskah yang dipilih adalah tipe naskah 2 kolom, yang dimana naskah 2 kolom merupakan sebuah tulisan yang berisikan konsep dari video yang akan dirancang, dan di dalamnya terdapat 2 kolom audio dan visual. Naskah 2 kolom lebih mudah dimengerti saat proses produksi, karena lebih detail dari sisi isi mengenai perencanaan saat proses produksi.

Setelah membuat naskah, langkah selanjutnya adalah membuat *storyboard*, yang dimana *storyboard* adalah gambaran secara visual mengenai apa yang dituliskan di naskah. Dalam *storyboard* terdapat beberapa gambaran *director treatment*, seperti informasi mengenai teknik pengambilan gambar, dan beberapa informasi visual dari naskah. *Storyboard* sangat membantu dalam proses produksi nantinya, karena akan menjadi landasan utama saat proses produksi selain naskah yang sudah ditulis sebelumnya.

<p>2. INT-KELAS-SIANG cast : Michelle</p> <p>(SUASANA DOSEN SEDANG MENGAJAR) - kamera maju menuju dosen sedang mengajar</p> <p>(SHOT MUKA DOSEN CLOSE UP-LOW ANGLE)</p> <p>(SHOT MAHASISWA TALENT 2 SAMBIL DUDUK DAN BERDIRI SAMBIL JALAN MENUJU KAMERA YANG JALAN MUNDUR) - TALENT 2 MEMBELAKANGI KAMERA</p> <p>(Talent 2 out of camera)</p> <p>"Faisal:</p>	<p>(INSTRUMEN)</p> <p>(AYO KITA PRAKTIK)</p> <p>"OH iya guys, di kampus ini, kita lebih mengedepankan praktik loh, supaya kita sebagai mahasiswa dapat terjun ke dunia industri ketika lulus dari MNP"</p> <p>"Karena kita disini menggunakan project based learning, yang dimana kita akan banyak menggunakan</p>
--	--

Gambar 3.1 : Contoh Naskah



Gambar 3.2 Rancangan Storyboard

3.1.1.6 Membuat daftar alat produksi dan *crew*

Pembuatan daftar alat produksi berguna untuk mengidentifikasi mengenai peralatan yang akan dibutuhkan saat proses produksi, yang dimana peralatan produksi berupa kamera, mikrofon, *stabilizer* yang akan menjadi peralatan utama saat proses produksi.

Pembuatan daftar alat produksi bermanfaat untuk menjadi acuan untuk pembuatan *video corporate profile* sesuai dengan kebutuhan. Selanjutnya adalah membuat daftar *crew* yang bertugas saat proses produksi, yang dimana terdapat sutradara, *camera person*, editor, & *assistant* sutradara. Pembuatan daftar *crew* akan memudahkan dalam pembagian tugas dalam produksi, dan tidak mengganggu saat proses magang yang secara bersamaan.

Alat	Keterangan kesiapan
Kamera	Ready (MNP)
Gimbal / Stabilizer	Ready (MNP)
Mic Saramonic	Ready (MNP)
Laptop	Ready (Pribadi)
Footage Drone	Ready (MNP)

Gambar 3.3 Daftar alat perlengkapan

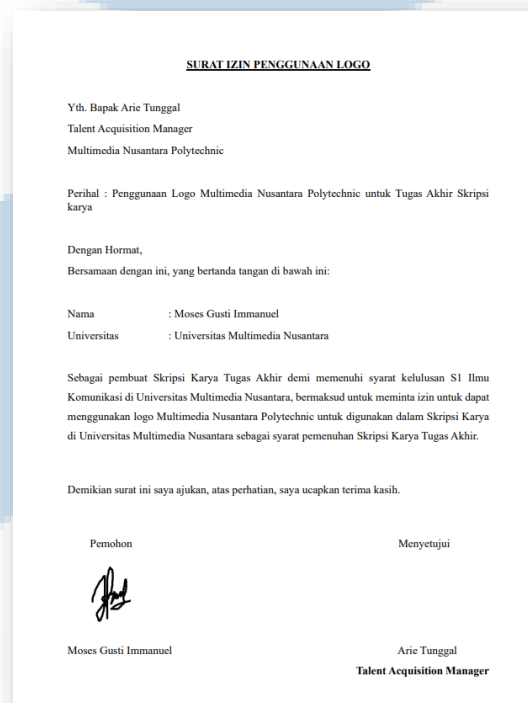
Tabel 3.3 Perencanaan *crew* produksi karya

Nama	Jobdesc
Moses Gusti Immanuel	Produser, Sutradara, Editor, & penulis naskah
Muhammad Daffa Sabiqulhaq	<i>Camera Person</i>
Aleka Radhia	Asisten Sutradara
Fakhriy Dinansyah	Pendamping
Staff MNP	<i>Supporting</i>

3.1.1.7 Membuat perizinan penggunaan logo dan merk

Pembuatan surat izin penggunaan logo dan merek memiliki tujuan supaya karya yang dibuat tidak melanggar hak cipta dari logo itu sendiri, dan memang memiliki tujuan untuk dipublikasikan atau bersifat komersil. Surat izin penggunaan logo dibuat dan ditandatangani oleh manajer perusahaan sebagai bentuk persetujuan MNP selaku perusahaan dalam penggunaan logo dan merek dalam rangka keperluan *video corporate profile*

Dengan adanya surat persetujuan izin penggunaan logo dan merek, secara tertulis sah bahwa dalam aktivitas pembuatan Tugas Akhir berbasis karya secara legal memenuhi syarat dalam perizinan penggunaan logo dan merek, agar menghindari perselisihan antara perusahaan dengan aktivitas pembuatan Tugas Akhir.



Gambar 3.4 Perizinan yang belum ditandatangani

3.1.1.8 Mencari *Talent* yang sesuai

Konsep yang akan dibawakan melalui video *corporate profile* ini yakni dengan konsep *one-take*, yang dimana terdapat *talent* yang langsung berbicara kepada audiens melalui kamera sebagai perspektif audiens. Untuk memenuhi kriteria dari konsep yang akan dijalankan, maka memerlukan *talent* yang sesuai dengan kriteria, yaitu dapat berkomunikasi dengan baik, tidak gugup saat berbicara di depan kamera, dan memiliki ekspresif dalam menyampaikan pesan, agar nuansa yang dibangun melalui komunikasi dari *talent* yang menyampaikan informasi dalam video tersebut dapat menciptakan atmosfer yang *fun* dan *enjoy* sesuai konsep nuansa dari video ini.

Dalam pencarian *talent*, setiap masing-masing individu berasal dari prodi yang mereka jalani secara nyata di MNP, seperti Michelle Kurniawan sebagai mahasiswi *Event Management*, Eldwin Manuel sebagai mahasiswa *Digital Animations*, dan Siti Patimah sebagai mahasiswi *E-Commerce Logistics*. Hal ini dilakukan agar setiap *talent* dapat menguasai materi yang diberikan kepada mereka melalui naskah, dan sekaligus menjadi referensi dan evaluasi dalam pengkoreksian materi yang diberikan kepada mereka.

Selain dapat menguasai materi melalui naskah dengan baik, Sutradara dari video *project* ini memberikan kesempatan kepada masing-masing *talent* untuk dapat melakukan improvisasi dengan baik sesuai dengan realita ketika pengambilan gambar, agar ekspresi dan *gesture* yang dilakukan oleh para *talent* dapat terkesan dengan natural di dalam kamera.

3.1.1.9 Melakukan *briefing* dan simulasi

Saat sebelum proses syuting dimulai, para *talent* utama yang akan berperan dalam pembuatan video *corporate profile* ini akan berkumpul dan melakukan *briefing* dengan sutradara dari *corporate profile* ini yaitu Moses Gusti Immanuel untuk menjelaskan isi dan konsep yang

sudah tertulis dalam naskah, dan memberikan arahan mengenai bagaimana cara pembawaan dan pengucapan yang menarik agar sesuai dengan konsep dan atmosfer yang akan dibawakan menjadi lebih *fun* dan *enjoy*.

Selama proses *briefing* dengan membaca naskah yang sudah tertulis, sutradara akan menerangkan bagaimana alur selama proses syuting yaitu dengan konsep *one-take shot*. Setelah melakukan *briefing*, sutradara akan menetapkan jadwal untuk melakukan simulasi, dengan tujuan memperlancar akting para *talent* saat proses produksi.

Selama proses simulasi, sutradara merekam proses simulasi sesuai dengan *storyboard* dan kondisi tempat syuting untuk menjadi gambaran sesungguhnya untuk proses syuting. Hasil perekaman selama proses simulasi akan membantu sutradara dalam menerangkan alur selama proses syuting untuk para pemeran figuran dari mahasiswa/mahasiswi MNP, sehingga dengan menerangkannya secara visual, akan mempermudah para figuran untuk menangkap bagaimana alur selama proses syuting.



Gambar 3.5 *Briefing* dengan *talent* utama





Gambar 3.6 Proses simulasi syuting

3.1.1.0 Melakukan produksi video *corporate profile*

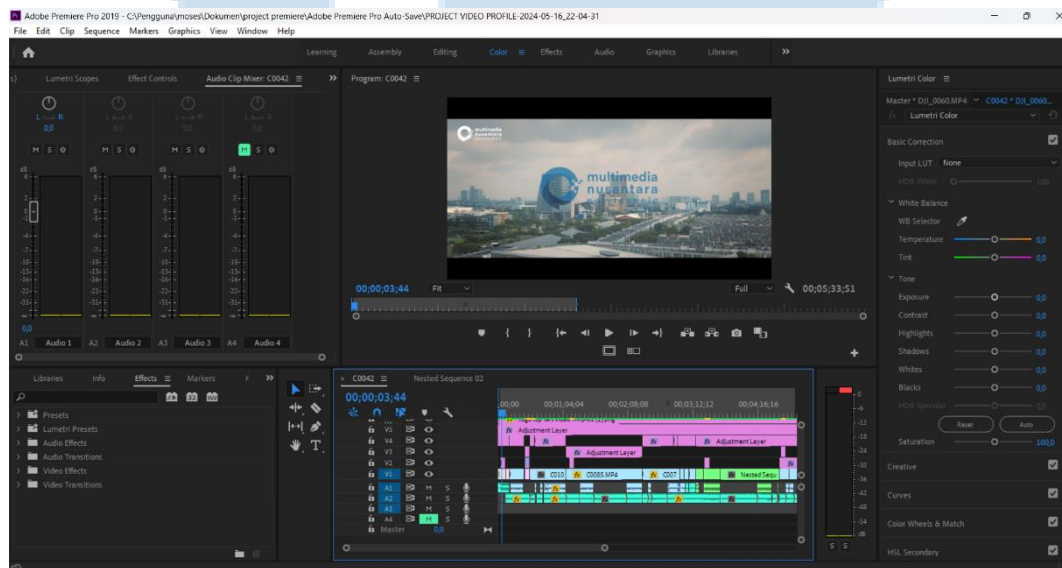
Tabel 3.4 Timeline produksi

Aktivitas	February				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra – Produksi																
Produksi																
Pasca Produksi																

3.1.2.0 Editing video corporate profile

Proses pasca produksi melibatkan aktivitas *video editing* yang menggunakan *software video editing Adobe Premiere Pro CC 2021*. Dalam proses pasca produksi ini, seluruh *footage* yang sudah diambil dan ditangkap menggunakan kamera yang sudah dilakukan saat proses produksi, akan segera dikumpulkan menjadi bagian sub folder tertentu untuk memudahkan saat pemilahan *footage* berdasarkan segmen prodi dalam *video corporate profile MNP*.

Dalam pasca produksi, seluruh *footage* akan digabungkan menjadi 1 *sequence*, baik dari segi video panjang, dan masing-masing 3 video pendek berdurasi minimal 1 menit yang akan menjelaskan lebih spesifik dari segmen prodi yang terdapat di video panjang.



Gambar 3.7 Editing Adobe Premiere Pro CC 2021

3.2 Anggaran

KETERANGAN	ANGGARAN
Sewa peralatan (Kamera, stabilizer, drone. Microphone)	Rp.00 (Disediakan MNP)
Biaya talent	Rp.00 (Disediakan MNP)
Biaya Figuran	Rp.00 (Disediakan MNP)
Biaya crew	Rp.00 (Disediakan MNP)
Biaya konsumsi talent	Rp. 165.000,00
Biaya konsumsi crew	Rp. 300.000,00
TOTAL	Rp. 465.000,00

Anggaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk segala sesuatu yang memang memerlukan biaya untuk mewujudkannya. Dalam aktivitas produksi video *project* MNP, anggaran tidak dikeluarkan, alasannya karena segala hal seperti peralatan, *talent*, dan *footage drone* yang dibutuhkan sudah disiapkan oleh MNP sebagai perusahaan yang sudah memiliki arsip akan hal tersebut, dan untuk *crew* seperti *camera person* menggunakan tenaga sendiri dan dibantu rekan kerja. Selain itu untuk biaya *editing* menggunakan tenaga sendiri, sehingga pengeluaran biaya tidak diperlukan.

3.3 Target luaran/publikasi

Target publikasi dari karya video *corporate profile* yang akan dibuat yaitu dengan publikasi melalui media sosial *Youtube* Multimedia Nusantara Polytechnic untuk dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas, dan melalui media sosial Instagram dengan melalui fitur cerita Instagram sebagai media jembatan penghubung untuk menarik penonton atau sebagai *teaser*.

Selain menjadi sarana publikasi di media sosial *Youtube*, video *corporate profile* Multimedia Nusantara Polytechnic yang berfokus terhadap prodi akan digunakan sebagai alat instrumental divisi *Marketing* ketika sedang melakukan presentasi di sekolah-sekolah