

## BAB III

### PERANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pengumpulan Data

Dalam proses perancangan *corporate video profile*, penulis harus melewati rangkaian proses mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dengan tujuan untuk mendapatkan *insight* dan masukan untuk *corporate video profile* perusahaan. Informasi yang dibutuhkan dalam sebuah *corporate video profile* sendiri terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari wawancara dengan anggota perusahaan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan melalui daftar Pustaka dan referensi penelitian sebelumnya.

##### 3.1.1 Pengumpulan Data Primer

Sugiyono (2015, hal. 72) mendefinisikan wawancara sebagai suatu pertemuan antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi atau ide melalui sesi tanya jawab, yang kemudian dapat menghasilkan kesimpulan atau pemahaman tentang topik yang sedang diselidiki. Wawancara ini sendiri dilakukan untuk mengetahui apa saja yang ingin ditonjolkan maupun disampaikan melalui perancangan profil perusahaan. Sehingga penulis harus memilih sumber yang berasal dari internal perusahaan itu sendiri agar informasi yang didapatkan valid dan sesuai dengan kebutuhan maupun tujuan perusahaan.

Dalam memilih narasumber untuk proses perancangan profil perusahaan, ada beberapa kriteria yaitu:

1. Memahami dengan baik tentang perusahaan dari segi internal dan eksternal.
2. Mengetahui secara mendalam tentang produk dan layanan perusahaan.
3. Bersikap netral dan objektif, serta mampu membandingkan berbagai pendapat.

4. Bertanggung jawab atas pendapat pribadi.
5. Memiliki pemahaman yang mendalam tentang konteks penelitian.

Dari ketentuan yang tertera di atas, narasumbernya adalah:

1. Bapak Bastian Purnama selaku Direktur PT. Lesca Gadai Premier dengan tujuan mengetahui keseluruhan visi misi perusahaan yang ingin disampaikan.
2. Bapak Lawrence Manurung selaku General Manager PT. Lesca Gadai Premier dengan tujuan mengetahui bagaimana sistem pelayanan dan jasa yang ingin ditonjolkan oleh perusahaan.
3. Ibu Stefani Siringoringo selaku Marketing Communication PT. Lesca Gadai Premier dengan tujuan mengetahui bagaimana komunikasi korporat perusahaan ini sendiri.

### 3.1.2 Pengumpulan Data Sekunder

Kemudian penulis harus mencari data sekunder yang didapat dari berbagai sumber seperti media sosial dan juga *website* perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk membentuk suatu *corporate video profile*. Nazir (2013, p. 93), kajian studi kepustakaan adalah Teknik pengumpulan data dengan menelaah sumber informasi yang sesuai dengan masalah yang ingin diselesaikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa menelaah sumber ataupun informasi terdahulu ini dapat membantu untuk pengembangan rancangan karya.

### 3.2 Tahapan Pra-Produksi Karya

Langkah-langkah yang akan diambil pada tahap pra-produksi untuk menciptakan karya ini adalah menghimpun data terkait produk yang diperlukan untuk setiap materi pemasaran. Selanjutnya, proses pra-produksi untuk merancang *corporate video profile* PT. Lesca Gadai Premier dalam bentuk video digital juga mencakup beberapa langkah berikut.

Langkah awal adalah menetapkan pesan yang hendak disampaikan dan tujuan yang ingin dicapai dalam proyek ini. Dalam konteks perancangan *corporate video profile*, ada tiga konsep video yang ingin diusung secara keseluruhan. Salah satunya adalah video berorientasi landscape dengan durasi 4 menit dengan judul ‘*Get To Know Lesca Gadai Premier: Your Financial Solution*’ yang bertujuan untuk memperkenalkan PT. Lesca Gadai Premier. Video ini penting karena akan digunakan sebagai identitas perusahaan yang bisa menjadi sarana awal untuk memperkenalkan secara lebih luas lagi mengenai perusahaan ini dan layanan yang diberikan. Video tersebut akan menyajikan informasi lengkap karena memiliki durasi yang lebih panjang. Selanjutnya, ada tiga video berorientasi portrait dengan rasio dimensi 9:16. Setiap video akan membahas aspek berbeda dari perusahaan PT. Lesca Gadai Premier. Video pertama, berjudul ‘Ingat Gadai, Ingat Lesca’, akan menyoroti detail dan spesifikasi tinggi dalam layanan gadai premium yang ditawarkan oleh PT. Lesca Gadai Premier. Video kedua, ‘Privasi Anda Aman Bersama Kami’, akan menekankan komitmen PT. Lesca Gadai Premier dalam mengembangkan layanan gadai premium yang tersedia. Sedangkan video ketiga, dengan durasi 1 menit, akan menampilkan keunggulan PT. Lesca Gadai Premier. Di bawah ini adalah pesan kunci dan tujuan dari keempat video yang akan diproduksi.

| Tema  | Key Message  | Objective  | Bentuk Video            | Durasi |
|---|--|--|-------------------------|--------|
| <i>Get To Know Lesca Gadai Premier: Your Financial Solution</i> | Lesca Gadai Premier sebagai solusi keuangan yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan bagi individu yang membutuhkan layanan gadai barang mewah. | keunggulan layanan yang ditawarkan oleh Lesca Gadai Premier dalam memenuhi kebutuhan finansial pelanggan, seperti layanan, kemudahan proses, keamanan transaksi, dan pelayanan yang profesional. | Video Landscape<br>16:9 | 4 Min  |
| Ingat Gadai, Ingat Lesca  | Lesca sebagai merek yang dihubungkan   | ketika seseorang memikirkan tentang  | Video Potrait<br>9:16   | 1 Min  |

|                                    |   |   |                       |       |
|------------------------------------|---|---|-----------------------|-------|
|                                    | secara erat dengan kegiatan gadai, khususnya gadai barang mewah   | melakukan gadai, Lesca adalah pilihan yang pertama terlintas dalam pikiran mereka.                        |                       |       |
| Privasi Anda Aman Bersama Kami     | menekankan komitmen perusahaan atau organisasi untuk menjaga privasi dan keamanan informasi pelanggan atau pengguna mereka. | menegaskan bahwa entitas tersebut bertanggung jawab secara serius dalam melindungi data pribadi individu. | Video Potrait<br>9:16 | 1 Min |
| Keunggulan PT. Lesca Gadai Premier | menyoroti berbagai aspek yang membedakan Lesca Gadai Premier dari pesaingnya.   | membangun citra Lesca Gadai Premier sebagai pilihan utama dan terkemuka dalam industri gadai.             | Video Potrait<br>9:16 | 1 Min |

Tabel 3.2 Big Idea Corporate Video Profile Lesca Gadai Premier

Setelah menetapkan pesan utama dari setiap *video*, langkah selanjutnya adalah Menyusun *storyline* dan *storyboard*. Persiapan sebelum pengambilan gambar juga termasuk ke dalam koordinasi seluruh pihak yang terlibat, termasuk dengan *talent* yang akan berperan di dalam *video*. Dalam karya ini, akan melibatkan beberapa tim pemasaran dan kreatif di PT. Lesca Gadai Premier. Jadwal pengambilan gambar atau *video* akan disesuaikan dengan ketersediaan para *talent*. Kemudian untuk peralatan pengambilan gambar akan menggunakan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan meliputi kamera, gimbal, *seramonic*, dan *handphone* milik pribadi.

### 3.3 Pelaksanaan Produksi Karya

Setelah mengumpulkan berbagai data dan juga melewati tahap pra-produksi, tahap selanjutnya adalah menentukan tahapan melaksanakan perancangan karya. Hal-hal yang dibutuhkan dalam perancangan ini berupa *scheduling* atau membentuk *timeline*, kemudian dilanjutkan dengan perancangan *script* dan *storyboard*. Berikut adalah beberapa hal yang telah dilakukan selama proses pelaksanaan pembuatan karya.

#### 3.3.1 Scheduling atau Timeline

Penjadwalan merupakan sebuah komponen yang penting untuk menetapkan urutan sebuah kegiatan produksi, agar karya bisa direalisasikan sesuai dengan rencana yang ada (Rambe, 2020). Dalam pembuatan karya ini, harus ada susunan jadwal yang dijadikan sebagai acuan untuk melakukan progres agar karya tersebut bisa selesai sesuai dengan waktu yang diinginkan, berikut adalah rincian penjadwalan yang telah dibentuk:

| NO. | BAGIAN YANG DIKERJAKAN       | MAR | APR |   |   |   | MAY |   |   |   |
|-----|------------------------------|-----|-----|---|---|---|-----|---|---|---|
| 1   | Pengerjaan Laporan           | V   | V   | V | V | V | V   | V | V | V |
| 2   | Perancangan Ide atau Konsep  | V   | V   | V |   |   |     |   |   |   |
| 3   | Pengurusan Surat Perizinan   |     |     | V | V |   |     |   |   |   |
| 4   | Pengerjaan <i>Storyboard</i> |     |     |   |   | V | V   |   |   |   |
| 5   | Pembuatan Skrip              |     |     |   |   | V | V   |   |   |   |
| 6   | Proses Syuting               |     |     |   |   |   | V   | V |   |   |
| 7   | <i>Editing</i>               |     |     |   |   |   |     | V | V |   |
| 8   | <i>Voice Over</i>            |     |     |   |   |   |     |   | V |   |

Tabel 3.3.1 Tahap Perancangan Karya

### 3.4 Pasca Produksi

Langkah berikutnya adalah mengelola semua aset yang dikumpulkan selama proses produksi untuk diedit. Pada tahap ini, pengedit menggabungkan semua klip dengan audio yang ada dan melakukan penyuntingan berdasarkan storyboard dan alur cerita yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam proses ini, pengedit menggunakan perangkat lunak seperti DaVinci dan CapCut untuk mengolah video tersebut. Meskipun persiapan telah dilakukan dengan baik, tentu saja ada beberapa hal yang tidak berjalan sesuai rencana. Dalam situasi ini, pengedit harus menyesuaikan rancangan awal dengan aset yang ada agar materi tersebut dapat disajikan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah proses pengeditan selesai, video tersebut kemudian diserahkan kepada berbagai pihak untuk mendapatkan persetujuan publikasi. Sebelum mencapai tahap tersebut, beberapa revisi juga dilakukan untuk memastikan bahwa video tersebut memenuhi standar perusahaan. Setelah video disetujui, maka dilakukan publikasi sesuai dengan media yang telah ditetapkan sebelumnya.

### 3.5 Anggaran

Dalam proses produksi karya *corporate video profile* ini, pasti ada beberapa biaya yang harus disiapkan untuk segala keperluan shooting. Berikut adalah *budgeted cost* untuk *corporate video profile* Lesca Gadai Premier.

| NO. | Alat yang digunakan     | Biaya Sewa (Pondok Lensa) |
|-----|-------------------------|---------------------------|
| 1   | Sony A6000 Kit          | Rp. 600.000               |
| 2   | Saramonic Microphones   | Rp. 250.000               |
| 3   | Godox SL 150            | Rp. 300.000               |
| 4   | DJI Ronin-SC Stabilizer | Rp. 500.000               |

Tabel 3.5.1 *Budgeted cost* Karya *Corporate Video Profile*

Namun proyek ini sepenuhnya tidak mengeluarkan anggaran lagi dikarenakan semua peralatan yang digunakan merupakan aset dari perusahaan.

Kemudian untuk kebutuhan tim produksi dan juga talent, sudah diputuskan untuk bekerjasama dengan tim internal saja. Sehingga tidak ada biaya yang perlu dikeluarkan.

| NO. | Alat yang digunakan     | Biaya |
|-----|-------------------------|-------|
| 1   | Sony A6000 Kit          | -     |
| 2   | Saramonic Microphones   | -     |
| 3   | Godox SL 150            | -     |
| 4   | DJI Ronin-SC Stabilizer | -     |

Tabel 3.5.2 Realisasi Anggaran Produksi Karya Corporate Video Profile

Mengingat tujuan dibentuknya *corporate video profile* ini adalah meningkatkan *awareness*, maka akan ada anggaran untuk pemasangan Ads Instagram dengan anggaran yang tertera di bawah ini:

| Duration | Deskripsi                                  | Biaya                     |
|----------|--|---------------------------|
| Week 1   | Ads Video ‘Ingat Gadai, Ingat Lesca’       | @100.000 / day (1 minggu) |
| Week 2   | Ads Video ‘Privasi Anda Aman Bersama Kami’ | @100.000 / day (1 minggu) |
| Week 3   | Ads Video ‘Keunggulan Lesca Gadai Premier’ | @100.000 / day (1 minggu) |

Tabel 3.6 Anggaran Ads Corporate Video Profile

### 3.6 Target Luaran / Publikasi

Corporate video profile yang diproduksi terdiri dari 4 video berbeda yang terdiri dari satu video format lanskap 16:9 dengan durasi empat menit dan juga tiga video format *portrait* 9:16 dengan durasi satu menit. Untuk video format lanskap 16:9 dengan durasi empat menit akan dijadikan aset *company profile* Lesca Gadai Premier yang akan digunakan untuk kalangan tertentu saja dan tidak disebarluaskan. Sedangkan tiga video format *portrait* 9:16 dengan durasi satu menit akan ditayangkan.

pada *Instagram Reels* Lesca Gadai Premier secara berkala, sesuai dengan content planning perusahaan yang nantinya akan di iklankan. Dengan target

luaran yang bertujuan untuk meningkatkan awareness, maka ada KPI yang ingin dicapai berupa peningkatan *number of leads* yang sesuai dengan *target* perusahaan. Tidak hanya ditayangkan melalui media sosial, namun aset *video* dengan format potrait ini akan digunakan pada instalasi LED TV pada *event* yang akan diikuti oleh Lesca Gadai Premier.

