

## BAB III

### RANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam pembuatan *video company profile* untuk Gugus Mitigasi Lebak Selatan, terdapat beberapa tahapan utama yang harus dilalui. Menurut Owens (2017), menyatakan bahwa dalam pembuatan sebuah video atau *video production* perlu melalui beberapa tahap. Proses dimulai dengan tahap *pre-production*, dimana informasi dan data dikumpulkan, masalah diidentifikasi, pencarian solusi agar disesuaikan dengan kebutuhan, dan proposal untuk penyelesaian masalah. Setelah itu masuk ke tahap *production* yang dimana pada tahapan ini merupakan tahap untuk mendapatkan rekaman atau *footage* yang sudah dirancang pada tahapan sebelumnya melalui proses syuting. Tahapan yang terakhir adalah tahap *post-production*, yakni tahapan dimana video yang telah direkam melewati proses penyuntingan yang meliputi *offline editing*, *online editing*, dan *review* serta evaluasi. Sebelum membuat sebuah karya, diperlukan sebuah perancangan yang disusun terlebih dahulu sebelum melaksanakan. Terdapat beberapa tahapan dalam proses perencanaan, yakni:

##### 3.1.1 *Pre-production*

Tahapan pertama dalam perancangan dan pembuatan *video company profile* adalah *pre-production*. Tahapan ini adalah tahapan dimana sebuah rencana atau persiapan sebelum produksi dilaksanakan. *Pre-production* merupakan tahapan yang penting karena semua perancangan yang akan dilakukan dalam membuat video dilakukan pada tahap ini.

##### a. Mengidentifikasi masalah

Tahap pertama yang dilakukan sebelum menentukan untuk membuat *video company profile*. Tahap ini sangat penting karena untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi GMLS sebagai sebuah Lembaga. Perancangan awal dalam melakukan identifikasi masalah, diperlukannya diskusi dan menanyakan secara langsung kepada Pendiri Gugus Mitigasi

Lebak Selatan yakni Bapak Anies Faisal Reza. GMLS memiliki sejarah yang panjang dan berbagai program yang perlu didokumentasikan dengan baik. Untuk itu, penulis merencanakan untuk melakukan riset yang mendalam dan wawancara dengan anggota kunci GMLS. Pada tahapan ini juga diperlukannya untuk menentukan tujuan dari pembuatan *video company profile* yang diharapkan dapat menjawab atau mengatasi masalah yang dihadapi.

b. Mengembangkan Ide & Naskah

Setelah melakukan identifikasi masalah, tahap selanjutnya dalam *pre-production* adalah mengembangkan ide & naskah untuk *video company profile* Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Pada tahapan ini, penulis merancang ide atas masalah apa yang telah ditemukan untuk dijadikan sebuah acuan dari pengembangan naskah *video company profile* Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Pengembangan ide kreatif akan dilakukan melalui sesi *brainstorming* dengan tim produksi dan anggota GMLS. Beberapa konsep perlu diusulkan termasuk penggunaan narasi yang emosional, visual yang kuat seperti *footage* kegiatan mitigasi kebencanaan yang dilakukan oleh GMLS.

c. Membuat *shotlist & storyboard*

Setelah mengembangkan ide dan naskah, perencanaan selanjutnya dalam proses *pre-production* adalah membuat *shotlist dan storyboard*. *Shotlist* diperlukan untuk daftar rinci dari semua pengambilan gambar yang diperlukan untuk produksi video, termasuk informasi seperti adegan, deskripsi, tipe *shot*, durasi, dan catatan khusus. Sedangkan *storyboard* adalah sebuah representasi visual dari setiap *shot*, menggambarkan bagaimana adegan akan terlihat nantinya. Gambaran inilah yang akan digunakan untuk menjadi tahapan dalam pembuatan *video company profile* GMLS.

d. Budgeting

Tahap *budgeting* atau perancangan keuangan diperlukan dalam pembuatan video company profile. Tahapan ini mencakup biaya yang akan diperlukan untuk *pre-production*, *production*, dan *post-production*. Perancangan ini diperlukan untuk *producer* dalam melakukan perancangan serta pembuatan *video company profile*. Setiap item anggaran perlu dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan bahwa proyek dapat diselesaikan sesuai anggaran yang tersedia.

e. Membuat tim produksi

Pada tahapan ini, membuat tim produksi merupakan Langkah yang krusial dalam proses *pre-production* agar memastikan pembuatan *video company profile* GMLS dapat berjalan dengan lancar. Setiap anggota tim nantinya akan memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik dalam keberlangsungan perancangan dan pembuatan *video company profile* Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

f. Menentukan Lokasi, Jadwal, dan Keperluan Produksi

Tahap ini adalah langkah yang esensial dalam tahap *pre-production* dikarenakan perlu untuk memastikan kelancaran proses syuting *video company profile* GMLS. Langkah ini melibatkan identifikasi dan pengaturan izin lokasi yang sesuai, mengatur dan memastikan jadwal dengan narasumber serta *talent* yang terlibat, serta koordinasi dengan tim untuk kebutuhan logistik, transportasi, peralatan syuting, dan *catering* untuk konsumsi pada saat produksi. Melalui perancangan yang matang dan komunikasi yang efektif di antara seluruh anggota tim yang akan terlibat, produksi diharapkan dapat berjalan dengan lancar dan efisien sesuai dengan perencanaan.

### 3.1.2 *Production*

Pada tahap produksi, semua persiapan yang telah direncanakan pada tahap sebelumnya diimplementasikan. Proses pengambilan gambar dan suara disesuaikan dengan *storyboard* dan *shotlist* yang telah direncanakan. Untuk pembuatan *video company profile* Gugus Mitigasi Lebak Selatan, proses syuting dimulai dengan pengambilan gambar di berbagai lokasi seperti Villa Hejo Kiarapayung (kantor GMLS), desa Panggarangan, pemandangan di daerah Lebak Selatan, serta kegiatan-kegiatan mitigasi bencana yang dilakukan oleh GMLS. Penggunaan teknologi dan peralatan berkualitas tinggi seperti kamera profesional, mikrofon, drone, gimbal *stabilizer*, dan *lighting kit* menjadi krusial untuk menghasilkan gambar dan suara yang optimal. Tim produksi harus bekerja sama secara sinergis dan memastikan koordinasi yang baik dalam pelaksanaan tugas masing-masing. Selain itu, penyesuaian dan improvisasi di lokasi syuting juga diperlukan untuk mengatasi kendala yang mungkin timbul. Setiap sesi syuting didokumentasikan dengan baik untuk memudahkan tahap post-production. Dengan demikian, diharapkan hasil akhir produksi video company profile GMLS memenuhi standar kualitas yang diinginkan dan sesuai dengan visi awal proyek.

### 3.1.3 *Post-production*

Fokus utama *post-production* ini adalah *editing* video. Untuk menghasilkan hasil akhir yang sesuai dengan naskah yang telah direncanakan, proses editing akan difokuskan untuk ke beberapa unsur yang disesuaikan dengan rancangan video.

#### a. *Offline editing*

Pada proses ini, perancangan yang akan digunakan adalah focus dalam aspek cerita seperti tempo, jeda, alur, dan *timing* dari video yang kemudian menjadi kesatuan. Video akan melalui beberapa tahapan yakni:

- Pemilihan *footage*: Berdasarkan semua *footage* yang telah di ambil pada saat proses pengambilan gambar, perlunya melakukan

pemilihan untuk memilih klip yang sesuai dengan kebutuhan *storyboard* dan naskah.

- Pemotongan dan penyusunan: Klip yang telah dipilih akan di potong dan disusun sesuai dengan skrip. Fokus pada aspek cerita seperti tempo, jeda, alur, dan *timing* dari video.
- Penggabungan klip: Menggabungkan klip-klip yang terpilih menjadi sebuah rangkaian cerita yang utuh dan logis.

b. *Online editing*

Tahapan ini merupakan proses dimana hasil dari *offline editing* diberikan unsur-unsur tambahan seperti:

- *Visual effect*: Menambahkan efek visual yang diperlukan untuk memperkaya visualisasi video seperti transisi, efek khusus, dan grafis atau juga tulisan.
- *Color grading*: Menyesuaikan warna keseluruhan video untuk memastikan konsistensi dan memberikan *mood* yang sesuai dengan pesan yang dibawakan dalam video.
- *Sound design*: Menyesuaikan dan mengintegrasikan audio termasuk voice over, latar belakang music, dan *sound effect*. Penambahan efek suara seperti kicauan burung, suara ombak, dan lainnya untuk meningkatkan keaslian dan ke dalam video.

c. *Preview*

Pada tahapan ini, video hasil *editing* akan melewati proses *preview* atau pengecekan Kembali. Video akan di cek terlebih dahulu oleh *producer* dan sutradara agar memastikan apakah sudah sesuai dengan naskah. Setelah itu, perlunya untuk melakukan revisi agar dapat mengidentifikasi dan memperbaiki kesalahan apa yang ditemukan pada saat *review*. Setelah dipastikan sudah sesuai dan telah di *approved* oleh sutradara, produser, dan pendiri GMLS, video akan masuk ke pengecekan terakhir sebelum dipastikan untuk rilis.

### 3.2 Anggaran

Pada tahapan perencanaan pembuatan video company profile Gugus Mitigasi Lebak Selatan, anggaran yang disusun harus mencakup semua aspek produksi mulai dari *pre-production*, *production*, dan *post-production*. Perencanaan anggaran yang detail dan menyeluruh sangat penting untuk memastikan setiap tahap produksi dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana. Sebagian besar anggaran diperlukan pada saat produksi yang dimana pada proses tersebutlah memerlukan banyak biaya agar dapat berjalan. Berikut adalah rincian anggaran yang direncanakan untuk pembuatan video company profile GMLS.

Tabel 3. 1 :Perancangan Anggaran

<b>BUDGETING</b>				
No.	Nama	Keterangan	Harga	Notes
1	Sewa A7S IV	Keperluan Syuting	Rp450,000	Harga Per-hari. Total Syuting Footage pemandangan 2 Hari. Total = Rp. 2,900,000 (Tentative)
2	Mic Boom		Rp150,000	
3	Clip On		Rp150,000	
4	Zoom H6N		Rp100,000	
5	Tripod		Rp100,000	
6	Tambahan	Keperluan detailing equipment support	Rp500,000	
7	Editor	Editing Video	Rp1,500,000	
8	Pengiriman Mic	Mic recording untuk Voice Over	Rp150,000	
9	Drone Pilot	Operator drone untuk kebutuhan Drone Shot	-	
10	Akomodasi	Transport & Tempat Tinggal (2 hari syuting)	Rp2,000,000	Masih perencanaan, Jika tidak memungkinkan proses syuting akan diambil pada saat Trip 3
	<b>TOTAL:</b>		<b>Rp6,050,000</b>	

### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Video company profile Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang telah selesai diproduksi akan di unggah di website resmi Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk memastikan aksesibilitas yang mudah bagi masyarakat luas. Video juga akan disebarluaskan melalui promosi di akun sosial media Gugus Mitigasi Lebak Selatan seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok, agar dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. Melalui *platform* media sosial ini, GMLS dapat memanfaatkan fitur-fitur interaktif dan analitik yang tersedia untuk melihat serta meningkatkan *engagement* dan mengetahui sejauh mana video ini mencapai target audiensnya.

Target utama dari publikasi ini adalah masyarakat Lebak Selatan agar lebih mengenal GMLS dan kegiatan-kegiatannya. Selain itu, video company profile ini juga diperuntukan untuk lembaga-lembaga yang memiliki potensial untuk menjadi kolaborator bagi GMLS di masa depan. Diharapkannya dengan adanya video company profile ini, Gugus Mitigasi Lebak Selatan dapat membangun citra yang positif dan kuat, meningkatkan kepercayaan, dan membuka peluang untuk kerjasama yang lebih luas dengan berbagai pihak diluar sana.

Selain dari media sosial, video ini akan diperkenalkan melalui presentasi di berbagai seminar, workshop, dan acara yang diadakan oleh GMLS atau mitra lembaga lainnya. Langkah ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih profesional dan terfokus seperti pemerintah daerah, NGO, dan pihak swasta yang berkepentingan dalam bidang mitigasi bencana dan pembangunan daerah. Dengan demikian, publikasi video diharapkan dapat memperkuat jaringan dan kemitraan yang strategis.

Secara keseluruhan, tujuan dari publikasi video company profile ini adalah untuk meningkatkan *awareness* mengenai Gugus Mitigasi Lebak Selatan, memperkuat komunikasi dengan masyarakat lokal, dan menarik perhatian lembaga untuk organisasi yang memiliki potensi untuk berkolaborasi dengan GMLS dalam upaya mitigasi bencana serta membangun ketangguhan masyarakat di wilayah Lebak Selatan. Evaluasi keberhasilan dari target luaran dan publikasi ini akan dilakukan melalui analisis data dari media sosial seperti jumlah *views*, *likes*, *shares*, dan *comments*, feedback langsung yang didapatkan dari masyarakat dan lembaga-

lemaga terkait, serta pemantauan dampak apa yang munculkan dari video terhadap peningkatan kolaborasi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan mitigasi bencana di Lebak Selatan.

### **3.3.1 Platform Publikasi**

Karya video company profile untuk Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) saat ini masih dalam tahap proses editing dan finishing. Namun, materi mentah dari video tersebut dapat diakses melalui Google Drive untuk kebutuhan internal dan evaluasi sementara. Setelah proses editing selesai dan video mencapai tahap final, video company profile ini akan dipublikasikan dan dapat dilihat di website resmi GMLS.

Website resmi GMLS: [www.gmls.org](http://www.gmls.org)

Dengan publikasi video company profile ini di website resmi GMLS, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran masyarakat terhadap program-program mitigasi bencana yang dijalankan oleh GMLS. Video ini juga akan berfungsi sebagai alat promosi untuk menarik kolaborasi dengan berbagai pihak dan mendukung keberlanjutan kegiatan mitigasi di wilayah Lebak Selatan.