

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Sebuah karya tidak hanya merupakan hasil akhir dari proses kreatif, tetapi juga melalui serangkaian langkah yang berlandaskan riset dan analisis. Dalam konteks skripsi berbasis karya ini, prinsip-prinsip penelitian digunakan sebagai dasar perancangan video profil Marimba, yang mencakup pengumpulan data, analisis, hingga implementasi karya dalam bentuk video. Secara garis besar, tahapan pembuatan video ini terbagi dalam dua tahap utama: metode pengumpulan data dan tahapan perancangan karya.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan karya, dilakukan pengumpulan data sebagai langkah untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendukung proses perancangan karya. Karya ini didukung dengan metode wawancara sebagai sarana menghimpun data yang dibutuhkan guna mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan perancangannya. Yin (2018) menjelaskan wawancara sebagai metode pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan, di mana peneliti memandu atau mengarahkan percakapan tersebut. Metode ini dapat dijalankan melalui beberapa tipe: *structured interview*, *standardized interview*, *semi-structured interview*, *unstructured interview*, *intensive interview*, *qualitative interview*, *in-depth interview*, *focused interview*, *focus group*, *group interview*, *oral history interview*, dan *life history interview* (Bryman, 2016).

Tipe wawancara yang digunakan sebagai metode perancangan karya ini sendiri adalah *unstructured interview* atau wawancara tak terstruktur. Bryman (2016) menjelaskan bahwa dalam tipe wawancara ini, peneliti biasanya memiliki daftar topik atau isu—kerap disebut sebagai panduan wawancara atau *aide-mémoire*—yang akan dibahas dalam percakapan wawancara. Gaya percakapan yang digunakan saat wawancara dilakukan biasanya sangat informal, santai, dan tidak

kaku. Susunan maupun cara penyampaian pertanyaan dapat berubah-ubah tergantung situasi dan dinamika sesi wawancara.

Dalam pengumpulan data untuk karya ini, wawancara dilakukan kepada (1) orang tua murid dan guru RA Annajah, (2) orang tua dan guru di Kampung Panggarangan, serta (3) fasilitator Marimba Panggarangan. Wawancara dengan tokoh Panggarangan dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan program Marimba serta dampaknya terhadap anak dan lingkungan sekitar berdasarkan pengalaman di cabang yang telah beroperasi.

Sementara itu, wawancara dengan orang tua murid dan guru dilakukan untuk memahami konteks masyarakat Kampung Cipurun sebagai wilayah yang akan menjadi lokasi pengembangan program Marimba selanjutnya. RA Annajah berada di sekitar Posyandu Plamboyan 2 yang direncanakan menjadi lokasi pelaksanaan Marimba di Kampung Cipurun. Karena itu, orang tua di lingkungan tersebut memiliki kedekatan langsung dengan konteks sosial dan karakteristik audiens di wilayah tersebut.

Informasi yang diperoleh dari wawancara ini digunakan untuk memahami sikap, kebiasaan, dan kebutuhan informasi masyarakat setempat yang relevan dengan perancangan video profil Marimba. Adapun aspek yang difokuskan dalam wawancara meliputi:

1. Dampak keberadaan Marimba terhadap anak, orang tua, dan guru
2. Sikap orang tua dan guru di Cipurun terhadap literasi kebencanaan
3. Kebiasaan menonton orang tua dan guru di Cipurun

3.1.2 Tahapan Perancangan Karya

Perancangan karya video profil Marimba akan melalui beberapa tahapan. Namun, Sebelum memulai perancangan karya, penting untuk meninjau referensi karya video profil terdahulu. Analisis referensi ini akan membantu memberikan gambaran format dan gaya penyajian video profil. Selain itu, melalui referensi tersebut perancang dapat mengidentifikasi elemen yang berpotensi untuk diadopsi dalam karya yang akan dirancang. Berikut merupakan beberapa video profil yang dijadikan referensi perancangan video profil Marimba:

1. Room to Read - “Room to Read community reading forums support young readers in Bangladesh”

Room to Read merupakan LSM yang bergerak secara global untuk meningkatkan pendidikan anak di seluruh dunia, khususnya wilayah dengan akses pendidikan yang terbatas. Komunitas ini telah mendirikan ruang belajar di berbagai negara dan berjalan atas kerja sama para staf, mitra, dan relawan yang mendukung misinya (Room to Read, n.d.).

Gambar 3.1 Tangkapan Layar Video Pengenalan Room to Read di Bangladesh



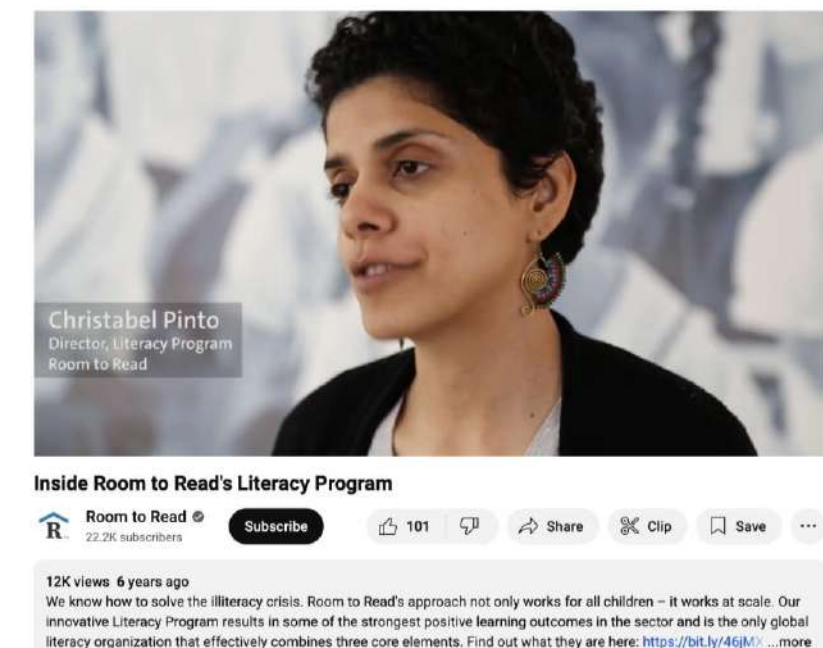
Sumber: Room to Read (2024)

Melalui videonya yang berdurasi 2 menit 25 detik, lembaga ini menggambarkan bagaimana para relawan dan fasilitator turut memajukan misi mereka (Room to Read, 2024). Hal ini disampaikan melalui wawancara dengan para relawan tersebut dan cuplikan dinamika mereka bersama anak-anak yang belajar di ruang belajar mereka. Hal ini dapat pula diterapkan pada video profil Marimba yang bergerak atas dukungan relawan. Para relawan dapat membagikan kisah mereka sebagai bagian dari Marimba.

2. Room to Read - “Inside Room to Read’s Literacy Program”

Pada video lain yang berdurasi 3 menit 17 detik, Room to Read menyampaikan latar belakang dan tujuan program dan tiga komponen yang membangun program. Penyampaian dilakukan oleh *director* dari program literasi lembaga tersebut (Room to Read, 2019). Hal ini membuat informasi yang disampaikan terasa lebih kredibel dan terarah, karena datang langsung dari pimpinan program. Di samping itu, video juga menunjukkan komitmen organisasi dalam membangun literasi anak.

Gambar 3.2 Tangkapan Layar Video Pengenalan Program Literasi Room to Read



Sumber: Room to Read (2019)

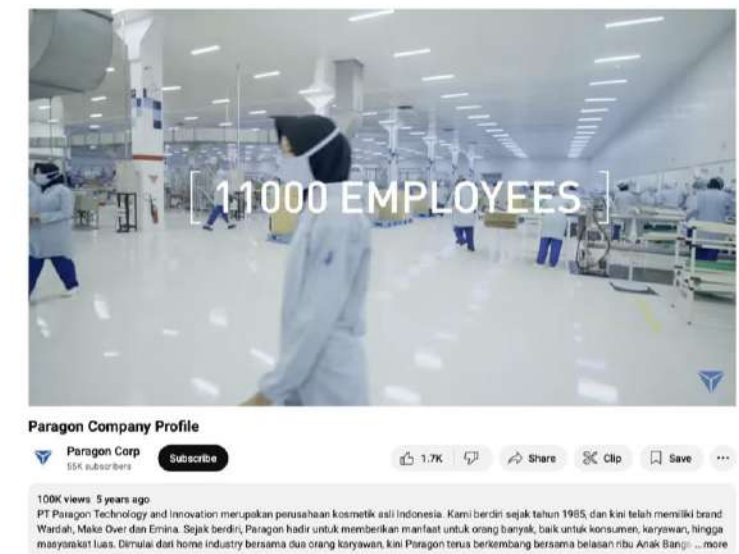
Hal ini dapat diadopsi pula untuk perancangan video profil Marimba. Marimba berdiri berdasarkan masalah yang ditemukan *director* GMLS, yakni ketidakmelekaksaraan masyarakat yang berpotensi menghambat mitigasi kebencanaan. Berangkat dari kegelisahannya, lahirlah inisiatif pembangunan ruang baca Marimba.

3. Paragon Company Profile

PT Paragon Technology merupakan perusahaan produk kecantikan yang berasal dari Indonesia. Video profil mereka menunjukkan bahwa saat awal berdiri, perusahaan ini bergerak hanya dengan dua orang karyawan. Seiring berjalannya waktu, mereka terus bertumbuh dan kini telah didukung oleh

11.000 pekerja (Paragon Corp, 2020). Video profil Marimba juga dapat menerapkan penampilan angka jumlah relawan dan anak-anak yang telah mengunjungi dan belajar di Marimba untuk menunjukkan pengaruh Marimba di Lebak Selatan.

Gambar 3.3 Tangkapan Layar Video Company Profile PT Paragon Technology

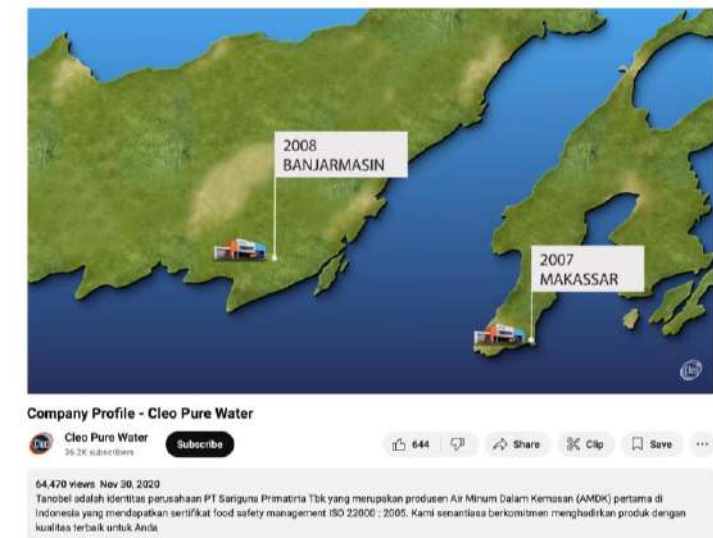


Sumber: Paragon Corp (2020)

4. *Company Profile* Cleo Pure Water

Cleo Pure Water merupakan merek air minum yang didistribusikan ke seluruh Indonesia. Saat ini, mereka sudah melakukan produksi di lebih dari 20 pabrik. Untuk memberikan visualisasi persebaran geografis mereka, Cleo menampilkan peta yang diberi tanda di mana saja lokasi pabrik mereka (Cleo Pure Water, 2020). Grafik peta ini juga dapat disertakan dalam video profil Marimba untuk memberikan visualisasi geografis.

Gambar 3.4 Tangkapan Layar Video Company Profile Cleo Pure Water



Sumber: Cleo Pure Water (2020)

Setelah pengkajian referensi video profil dari lembaga-lembaga di atas, perancangan video profil Marimba pun dimulai berdasarkan tahapan-tahapan yang dirangkai Owens (2017). Proses ini terdiri dari tiga tahapan: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

3.1.2.1 Praproduksi

Tahap ini merupakan persiapan dan penyusunan rencana sebelum pembuatan video dimulai. Menurut Owens (2017), proses ini diawali dengan pengembangan konsep, dilanjutkan dengan penyusunan naskah dan *storyboard*, serta keperluan logistik produksi, termasuk menghubungi pihak yang terlibat, menentukan jadwal dan lokasi.

3.1.2.1.1 Pengembangan Konsep

Pembuatan video profil Marimba dimulai dengan pengembangan konsep dan ide. Proses ini penting untuk membawa arah konsep produksi video profil Marimba. Berdasarkan Owens (2017), pengembangan konsep dan ide mencakup penetapan beberapa hal, yaitu:

1. Tujuan video dibuat, yang merujuk pada hal apa yang ingin dicapai dari pembuatan video.

2. Audiens sasaran, yaitu satu pihak atau lebih yang menjadi target penerima pesan dalam video.
3. Pesan utama, yaitu inti atau makna yang ingin disampaikan dan disorot melalui video.

3.1.2.1.2 Penyusunan Naskah dan *Storyboard*

Pesan yang telah ditetapkan kemudian dikelola untuk menjadi narasi video. Berpacu pada tahapan yang disampaikan Owens (2017), bagian ini meliputi penyusunan naskah dan *storyboard*. Tahap ini dilakukan untuk memberikan gambaran alur video.

Karya yang dirancang terbagi menjadi beberapa *output*, yakni satu video utama dengan narasi 2000-5000 kata dan dua video versi *cutdown* berdurasi 1 menit. Naskah pada video utama akan meliputi seluruh informasi yang ingin disampaikan untuk kelompok audiens A dan B (lihat Tabel 4.1), sementara naskah pada video *cutdown* 1 menit akan berfokus pada masing-masing kelompok audiens. Untuk kelompok audiens A, video akan berfokus untuk mengajak para orang tua untuk membawa anak mereka ke Marimba, sementara untuk kelompok audiens B akan difokuskan untuk mendorong mereka untuk berdonasi ataupun menjadi relawan di Marimba. Video *behind the scenes* juga akan dibuat untuk menunjukkan proses pengambilan gambar di lokasi beserta tanggapan audiens terhadap video utama setelah penayangan nantinya.

Setelah naskah dirangkai, tahap berikutnya adalah memecahnya menjadi beberapa segmen. Segmen-segmen ini kemudian dituangkan ke dalam *storyboard*. *Storyboard* pada dasarnya merupakan serangkaian sketsa kasar yang berfungsi memvisualisasikan isi naskah sekaligus pengambilan gambar (Owens, 2017).

3.1.2.1.3 Persiapan Logistik Produksi

Untuk merealisasikan naskah dan *storyboard* menjadi hasil rekaman, perancangan karya memerlukan persiapan logistik untuk mendukung proses produksinya. Hal ini meliputi persiapan alat, penentuan lokasi syuting, penetapan kru yang terlibat, serta menghubungi *talent*, atau pihak-pihak yang akan tampil dalam video.

Proses syuting akan dilaksanakan di beberapa lokasi: Marimba Panggarangan dan Nagajaya, Kampung Cipurun, dan Villa Hejo Kiarapayung. Kegiatan ini akan melibatkan Anis Faisal Reza selaku *director* GMLS, fasilitator Marimba, serta warga Kampung Cipurun, Panggarangan, dan Nagajaya. Para pihak yang terlibat perlu dihubungi untuk memastikan ketersediaan waktu mereka sesuai jadwal syuting.

Aspek penting lain dalam persiapan logistik, yaitu peralatan produksi yang digunakan. Berdasarkan kebutuhan proses produksi, peralatan produksi dipersiapkan Selanjutnya, peralatan produksi yang digunakan dalam produksi karya meliputi kamera *mirrorless*, *drone*, dan mikrofon.

Berikut merupakan daftar alat tersebut:

Tabel 3.1 Peralatan Produksi

Camera System	1. <i>Sony A7 III Mirrorless Camera</i>
	2. <i>Battery Sony NP-FZ100</i>
	3. <i>Battery Charger</i>
	4. <i>Memory Extreme Pro 64Gb</i>
Lensa	Sony Zeiss FE 16-35mm F4 ZA OSS
Drone	DJI Mini 4 Pro
Mikrofon	<i>Wireless clip on:</i> Saramonic Blink 500 B2

Sumber: Data Rancangan Tugas Akhir (2025)

Selain kesiapan peralatan, perancangan karya juga mempertimbangkan keterlibatan kru produksi yang berperan dalam pelaksanaan setiap tahap produksi.

Tabel 3.2 Kru Produksi

Peran	Jumlah Kru	Uraian Tugas
<i>Producer</i>	1 orang	Merencanakan dan mengoordinasikan keseluruhan proses produksi.

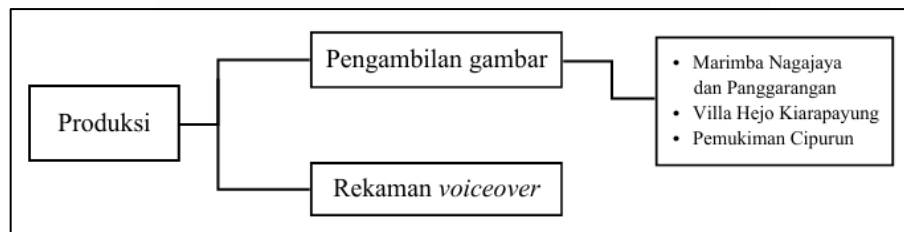
<i>Director</i>	1 orang	Mengarahkan konsep kreatif dan visual dengan menerjemahkan naskah ke dalam pengambilan gambar.
<i>Cameraman</i>	1 orang	Melakukan pengambilan gambar sesuai arahan <i>director</i> dengan memperhatikan aspek teknis visual.
Editor	1 orang	Menyunting dan menyusun elemen visual dan audio pada tahap pascaproduksi agar sesuai dengan konsep.

Sumber: Data Rancangan Tugas Akhir (2025)

3.1.2.2 Produksi

Tahap produksi merupakan implementasi dari rancangan yang telah disusun pada tahap praproduksi. Secara garis besar, tahap produksi mencakup dua kegiatan utama, yaitu pengambilan gambar dan perekaman suara narasi (VO).

Gambar 3.5 Bagan Tahap Produksi



Sumber: Data Rancangan Tugas Akhir (2025)

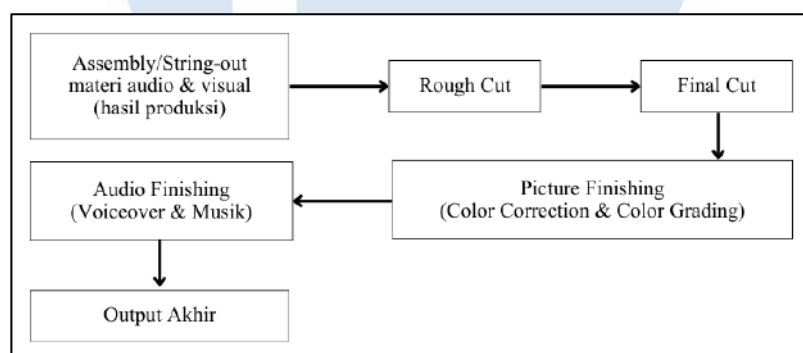
Proses pengambilan gambar dilakukan berdasarkan *storyboard* yang telah dirangkai. Kegiatan ini dilakukan di beberapa lokasi. Pertama, Marimba Nagajaya dan Panggarangan untuk memperkenalkan Marimba dan menunjukkan dinamika kegiatan di kedua cabang yang sudah beroperasi tersebut. Kedua, untuk menyorot GMLS sebagai inisiator Marimba, syuting dilakukan di Villa Hejo Kiarapayung. Terakhir, syuting juga dilakukan di Pemukiman Cipurun untuk membangun cerita yang lebih dekat dan relevan dengan audiens sasaran.

Selain pengambilan gambar, proses produksi juga melibatkan rekaman suara narator atau *voiceover*. Billinge (2017) mendefinisikan *voiceover* sebagai kata-kata yang direkam menggunakan mikrofon, yang berfungsi menyatukan alur cerita. Dengan begitu, *voiceover* mampu memperkuat penyampaian informasi, menyatukan segmen visual yang terpisah, dan membentuk narasi yang utuh dalam video profil. *Voiceover* sendiri dilakukan oleh Natasha Evangelista selaku perancang video.

3.1.2.3 Pascaproduksi

Setelah materi audio dan visual didapatkan, proses perancangan karya kemudian memasuki tahapan pascaproduksi. Pada tahapan ini, materi-materi tersebut diolah melalui proses *editing* atau penyuntingan.

Gambar 3.6 Alur Pascaproduksi



Sumber: Data Rancangan Tugas Akhir (2025)

Penyuntingan dimulai dengan *assembly* atau *string-out*, yaitu proses susunan awal seluruh adegan secara berurutan. *Assembly* kemudian dipadatkan menjadi *rough cut*, biasanya melalui beberapa versi dengan struktur dan durasi berbeda, sebelum finalisasi menjadi *fine cut*. Namun, proses ini bukan sekadar menggabungkan materi hasil rekaman, tetapi juga mencakup proses memilih dan menata *shot*, menentukan urutannya, durasi, serta cara menyambungkan satu *shot* dengan yang lainnya (Owens, 2017).

Proses pascaproduksi dilanjutkan dengan tahap penyelesaian akhir atau *finishing* (Ascher & Pincus, 2019). *Picture finishing* yang dilakukan mencakup *color correction* untuk menyeimbangkan pencahayaan dan warna agar konsisten,

serta *color grading* untuk membangun nuansa visual sesuai konsep yang diinginkan. Pada tahap ini pula *voiceover* dapat diimbuhkan pada video, disertai elemen audio lain, seperti musik, guna memperkuat emosi pada video (Owens, 2017).

3.2 Anggaran

Perancangan video profil Marimba ini memerlukan anggaran terencana untuk memastikan eksekusi berjalan lancar. Berikut merupakan rencana anggaran yang mendukung karya ini.

Tabel 3.3 Anggaran Perancangan Video Profil Marimba

NO	NAMA BARANG	JUMLAH	HARGA (SATUAN)	TOTAL
1	Jasa pembuatan video	1	Rp4,200,000	Rp4,200,000
2	Tempat tinggal dan konsumsi <i>crew</i> selama 2 hari	4	Rp250,000	Rp1,000,000
3	Transportasi <i>crew</i>	1	Rp900,000	Rp900,000
4	Poster	5	Rp10,000	Rp50.000
5	Dana darurat	1	Rp1,000,000	Rp1.000,000
TOTAL				Rp6,180,000

Sumber: Data Rancangan Tugas Akhir (2025)

3.3 Target Luaran/Publikasi

Sebagai bagian dari upaya sosialisasi dan pengenalan program Marimba, video yang telah diproduksi akan dipublikasikan melalui berbagai media dan kegiatan. Adapun target luaran dan publikasi dari karya ini meliputi:

1. Penayangan pada Acara *Launching* Marimba Cabang Baru di Cipurun

Acara *launching* menjadi momen pengenalan awal program kepada masyarakat setempat. Acara akan dihadiri oleh oranh tua dan guru PAUD di wilayah Cipurun yang memiliki keterkaitan langsung dengan sasaran program Marimba, yaitu anak usia dini. Oleh karena itu, penayangan video pada acara ini diharapkan dapat menjadi sarana sosialisasi yang relevan dan kontekstual bagi masyarakat Cipurun.

2. Distribusi kepada Calon Mitra

Video profil akan menjadi media advokasi GMLS untuk menghimpun dukungan dari calon relawan, mitra, dan donatur. Video akan ditayangkan di SMAN 1 Bayah dan SMAN 1 Panggarangan, serta dapat ditayangkan di organisasi lain apabila diperlukan, termasuk mitra yang telah atau berpotensi menjalin kemitraan dengan GMLS.

3. Materi Promosi

Untuk mendukung penyebaran informasi mengenai program Marimba, akan dibuat pula poster dan infografis yang akan dicetak dan dipasang di lingkungan masyarakat Kampung Cipurun, Desa Situregen. Kemudian, untuk menjangkau audiens yang lebih luas, akan didistribusikan pula konten digital pada media sosial Marimba dan GMLS.

Dengan strategi publikasi ini, karya diharapkan mampu menjangkau berbagai pihak yang dapat menyumbang kontribusi dalam mendukung keberlanjutan program ini, juga meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama orang tua dan pendidik anak usia dini akan pentingnya literasi dalam mitigasi bencana bagi anak sebagai kelompok rentan.

