



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam proyek tugas akhir ini, penulis dan tim membuat sebuah video promosi untuk perusahaan Geevv. Pada awalnya perusahaan Geevv adalah sebuah *search engine* berbasis sosial yang merencanakan 80% dari pendapatannya akan disumbangkan untuk membantu 3 masalah yang ada di Indonesia yaitu, kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan, dan 20% nya akan digunakan untuk meningkatkan kualitas dari perusahaan itu sendiri. Namun pada awal November 2017 Geevv merubah konsepnya menjadi sebuah *search engine* berbasis sosial yang memiliki *safety search*, konten edukasi, dan tetap mempertahankan untuk mendonasikan sebagian pendapatannya, namun kali ini donasi tersebut dialihkan dalam bidang literasi. Geevv ini merupakan perusahaan *search engine* baru dan membutuhkan sebuah video promosi untuk lebih dikenal oleh masyarakat.

Kerja sama yang dilakukan oleh tim penulis dan perusahaan *search engine* Geevv adalah pembuatan video promosi yang berdurasi 1-2 menit dan akan digunakan sebagai bahan promosi Geevv pada akhir bulan Juni. Selain itu juga video promosi Geevv ini akan dimasukkan ke dalam *website* Geevv (www.geevv.com) untuk lebih mengenalkan tentang apa itu Geevv kepada para pengguna *search engine* Geevv.

Pembuatan video promosi ini tentunya akan menguntungkan kedua belah pihak. Pihak penulis memiliki tujuan untuk menyelesaikan persyaratan tugas akhir sehingga bisa lulus menjadi sarjana seni di Universitas Multimedia Nusantara. Untuk pihak Geevv tentunya dengan dibuatnya video promosi ini, maka sangat diharapkan *search engine* Geevv ini dapat lebih dikenal dan digunakan oleh banyak orang.

Dalam pembuatan video promosi ini, tim penulis berjumlah 3 orang. Setiap orangnya memiliki tanggung jawab masing-masing. Penulis Ulfah Davianti sebagai *Account Executive*, Deardrie Rizanda Putri sebagai *Creative Director*, Imelda Veronica sebagai *Copywriter*. Ketiganya telah melakukan proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi secara bersama-sama.

3.2. Posisi Penulis

Sebagaimana telah disinggung di atas, posisi penulis dalam pembuatan video promosi Geevv ini adalah sebagai seorang *Account Executive* yang bertanggung jawab dalam penyusunan *schedule*, *budget* dan juga memastikan tujuan yang ingin klien capai dapat terealisasi.

3.3. Perusahaan Geevv

Geevv adalah perusahaan *start-up* yang mulai beroperasi pada 26 september 2016 yang didirikan oleh mahasiswi Universitas Indonesia bernama Azka Silmi. Geevv ini merupakan sebuah *search engine* yang berbasis sosial. Cara kerja *search engine* Geevv ini hampir sama dengan *search engine* lainnya, yang membedakannya adalah Geevv akan mendonasikan 80% pendapatan tersebut untuk 3 masalah yang

ada di Indonesia yaitu, kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan. Misi Geevv adalah untuk membangun masyarakat Indonesia menjadi lebih baik dengan mengajak masyarakat berdonasi melalui cara yang lebih mudah.

Geevv sendiri diambil dari kata 'give' yang berarti memberi. Namun pada awal November 2017 Geevv merubah konsepnya karena memberatkan pihak Geevv dan khawatir tidak sesuai dengan ekspektasi dari para pengguna. Geevv merubah konsepnya menjadi *search engine* berbasis sosial yang memiliki *safety search*, konten edukasi, dan tetap memberikan donasi dari sebagian pendapatannya untuk bidang literasi.

3.4. Client Brief

Geevv memiliki perubahan konsep perusahaan. Pada konsep Geevv yang pertama ingin lebih memperlihatkan kepada masyarakat bagaimana cara Geevv dalam mendonasikan 80% pendapatannya untuk 3 masalah sosial di Indonesia yaitu kemiskinan, pendidikan, kesehatan. Geevv menggambarkan perusahaannya ini bergender laki-laki, maka dari itu klien meminta penulis dan tim untuk mencari aktor maupun pengisi suara oleh seorang laki-laki. Kompetitor dari Geevv ini adalah Google yang sangat identik dengan warna merah, kuning, biru, hijau, karena itu klien meminta kami untuk tidak menggunakan ke empat warna tersebut kedalam konsep videonya. Target pasar Geevv pada awalnya adalah orang yang berusia 18-35 tahun namun setelah Geevv merubah konsep perusahaan maka target pasarnya pun berubah menjadi generasi Z dan orang tua dari generasi Z.

Geevv menginginkan sebuah video promosi yang bertemakan keluarga. Selain itu Geevv juga ingin memperkenalkan perubahan barunya ini kepada

masyarakat. mereka ingin menonjolkan keunggulannya bahwa Geevv adalah *search engine* berbasis sosial yang memiliki fitur *safety search* dan konten edukasi.

3.5. Tahapan kerja

Geevv adalah sebuah perusahaan *start-up* yang membutuhkan video promosi untuk lebih mengenalkan informasinya kepada masyarakat. Setelah mempelajari potensi kecocokan Geevv untuk menjadi klien, penulis dan tim membuat proposal penawaran kerja sama kepada pihak Geevv. Sebelum proposal dikirimkan, penulis sebagai *Account Executive* sudah terlebih dahulu memberikan informasi maksud dan tujuan kedatangan penulis dan tim kepada *founder* melalui *email*. Dalam *email* sudah diinformasikan waktu pertemuan untuk memberikan proposalnya.

Penulis dan tim datang ke kantor Geevv untuk membahas mengenai konsep cerita yang akan dibuat untuk video promosi Geevv. Pihak Geevv sangat tertarik, apalagi karena mereka membutuhkan video promosi ini sebagai bahan promosi yang akan dilakukan akhir juni 2018. Selain membahas konsep, penulis juga menjelaskan tentang tujuan, *timeline* produksi, proses kerja, sampai dengan proses paska produksi.

Dalam pembuatan tugas akhir video promosi Geevv ini ada beberapa tahapan kerja. Pertama dimulai dari masa pra produksi yaitu dengan menyusun tim produksi, pengumpulan data tentang perusahaan, penyusunan *schedule*, penyusunan *budget* pembuatan konsep yang diserahkan kepada klien dalam bentuk proposal, sampai akhirnya mendapatkan kesepakatan untuk bekerja sama

dengan klien dalam pembuatan video promosi Geevv ini. Kemudian tahap produksi, yaitu proses syuting dan merekam suara untuk *voice over*. Selanjutnya tahap akhir, yaitu pasca produksi yang merupakan tahap pengeditan video.

Selama tahap pra produksi, penulis dan tim mengumpulkan data tentang perusahaan kemudian dirubah menjadi beberapa konsep yang dibuat dalam bentuk proposal untuk diberikan kepada klien. Penulis juga melakukan rapat bersama klien untuk revisi ide cerita dan hasil akhir dari video promosi Geevv ini.

Pada tahap produksi syuting hari pertama dilaksanakan pada 10 Agustus. Lokasi pertama yaitu di *café* Double Bond. Lamanya syuting dari jam 10.00-15.00 dengan tim sebanyak 7 orang yaitu *Director, Account Executive, Script Continue, DOP, Sound, Art Director, Gaffer*. Untuk *talent* dilibatkan sebanyak 2 orang untuk berperan sebagai karakter utama dalam video promosi ini, dan 1 anak yang berperan sebagai anak gembel yang tidak mampu bersekolah karena keterbatasan biaya. *Shooting* lokasi kedua yaitu di Roomio Studio yang berlangsung selama 2 jam.

Syuting hari kedua dilaksanakan pada 11 Agustus 2017. Pada syuting hari kedua ini terdapat 3 lokasi yang dituju. Lokasi pertama UKS sekolah yang di-*setting* menjadi puskesmas untuk menunjukkan bahwa Geevv peduli kepada masalah kesehatan yang ada di Indonesia. Lokasi kedua adalah perkampungan kumuh untuk menunjukkan bahwa Geevv peduli kepada masalah kemiskinan yang ada di Indonesia, lokasi ketiga adalah jalanan dengan tembok yang penuh gambar dengan *talent* anak SD yang berjalan melalui jalan tersebut untuk menunjukkan bahwa Geevv juga peduli kepada masalah pendidikan yang ada di Indonesia.

Setelah selesai proses syuting penulis dan tim melakukan rekaman untuk *voice over* yang kemudian akan disunting oleh editor dan hasil akhirnya akan diserahkan kepada pihak Geevv.

Namun ternyata pada awal November 2017 pihak Geevv memberikan informasi bahwa terjadi perubahan konsep. Awalnya Geevv merupakan *search engine* berbasis sosial yang 80% pendapatannya akan didonasikan untuk 3 masalah yang ada di Indonesia yaitu kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan, namun kemudian berubah menjadi *search engine* berbasis sosial yang memiliki fitur *safety search*, dan konten edukasi.

Penulis dan tim memutuskan untuk konsultasi dengan pembimbing yang kemudian menyarankan untuk membuat video promosi Geevv yang baru, agar nantinya video tersebut dapat digunakan sebagai portofolio. Akhirnya penulis dan tim mulai menyusun kembali konsep cerita yang disesuaikan dengan konsep baru Geevv.

Setelah melewati proses pra produksi yang meliputi pembuatan konsep, penyusunan *budget*, penyusunan *schedule*, *casting*, pemilihan lokasi, *recce*, maka masuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap produksi. Tahap produksi ini berlangsung selama 2 hari yaitu pada 28 Januari 2018 dan 10 Februari 2018.

Seperti teori menurut Morissan (2010) bahwa seorang *Account Executive* harus memberikan arahan kepada departemen yang berada di bawahnya agar hasil video promosi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien. Pada prakteknya penulis telah mewakili tim dalam segala hal mulai dari proses pra produksi hingga paska produksi.

Tabel 3. 1 Tabel Pembuatan Video Promosi Konsep Pertama maupun Kedua

No	Tangaal	Lokasi	Keterangan
1.	15 Maret	UMN	Pembuatan proposal, konsep dan ide cerita.
2.	8 April	Kantor Geevv	Menyerahkan proposal dan rapat bersama klien. Klien bersedia untuk bekerja sama dalam pembuatan video promosi untuk Geevv.
3.	3 Juli	Café Double Bond	Recce: Menentukan peletakan kamera, <i>blocking talent</i> , dan peletakan lampu. Penulis memilih lokasi <i>café</i> Double Bond ini karena warna dan <i>mood</i> -nya sesuai dengan yang diinginkan oleh klien.
4.	10 Agustus	Café Double Bond	syuting hari 1: Pengambilan gambar untuk <i>scene</i> 1.
5.	10 Agustus	Roomio Studio	syuting hari 1, lokasi 2: Pengambilan gambar untuk

			<i>scene</i> akhir.
6.	11 Agustus	Pamulang: 1. Jalan Saidin 2. UKS SMA 6 3. Perkampungan kumuh	syuting hari 2: Pengambilan gambar untuk kompilasi masalah sosial yang ada di Indonesia yaitu, Pendidikan, Kesehatan, dan Kemiskinan.
7.	6 Oktober	UMN	Proses penyuntingan sebelum video promosi diserahkan kepada klien.
8.	25 september	UMN	Penyerahan video melalui <i>email</i> .
9.	4 November	Kantor Geevv	Pihak Geevv memberi informasi kepada penulis dan tim bahwa perusahaan akan merubah konsep <i>website</i> -nya.
10.	8 November	UMN	Diskusi bersama tim mengenai konsep baru Geevv.
11.	10 November	UMN	Pemilihan konsep oleh pihak Geevv melalui <i>email</i> .
12.	26 Januari	Lokasi syuting	Pelaksanaan <i>Reccee</i> .

		(Rumah)	
13.	28 Januari	Lokasi syuting	Syuting hari pertama
14.	12 Febuari	Lokasi syuting	Syuting hari ke dua
15	10 Mei	UMN	Penyerahan video promosi Geevv melalui <i>email</i> .

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA