

BAB III

METODE PRODUKSI COMPANY PROFILE

3.1 Metode Produksi

Metode perancangan video profil dalam karya ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi sendiri berisi tentang proses pengumpulan data, observasi atau melakukan survey langsung di SMA Muhammadiyah 1 Malang, perancangan konsep, pembuatan storyboard, pembuatan *shotlist*, *budgeting* dan timeline sebagai acuan atau referensi pada saat proses syuting dan editing. Lalu proses produksi akan berisi pelaksanaan yang sudah dipersiapkan dari pra produksi. Pada bagian pasca produksi ini nantinya akan dibagi lagi menjadi proses editing, pembuatan bumper dan *motion graphics*, *mixing audio*, dan *coloring*.

3.2 Pra Produksi

3.2.1. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang digunakan adalah datang langsung ke lapangan dan melakukan wawancara dengan pihak SMA Muhammadiyah 1 Malang agar data yang diperoleh sesuai dengan fakta.

3.2.2. Wawancara

Pada proses ini saya mendatangi SMA Muhammadiyah 1 Malang dan bertemu dengan ibu Dra.Umi Mafrukhah selaku kepala sekolah SMA Muhammadiyah 1 Malang. Dalam wawancara tersebut beliau mengatakan bahwa SDM di SMA Muhammadiyah 1 Malang kurang berpengalaman dalam

bidang audio visual dalam hal ini yang dimaksud adalah pembuatan video *profile*.

3.2.3.Observasi

Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi SMA Muhammadiyah 1 Malang secara langsung. Dari melakukan observasi ini diharapkan memberi gambaran untuk pembuatan storyboard yang digunakan sebagai referensi saat proses produksi.

3.2.4.Perancangan Konsep Video Profil

Perancangan konsep ini dilakukan bersama dengan pihak SMA Muhammadiyah 1 Malang agar sesuai dengan tujuan harapan mereka. Nantinya penulis akan mengembangkan konsep dasar tersebut lalu mempresentasikan kepada mereka sampai mereka cocok dengan konsep tersebut.

3.3 Rencana Timeline Produksi

Tabel 1: Rencana Timeline produksi company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang

No	Rencana Produksi	Tanggal	Realita Produksi	Tanggal
1	Penentuan Client	12-20 Maret 2021	Penentuan Client	12-20 Maret 2021
2	Riset Client	1-15 April 2021	Riset Client	1-15 April 2021
3	Pengajuan proposal kepada Client	1 Mei 2021	Pengajuan proposal kepada Client	18 November 2021
4	Persiapan Pra Produksi	10 Juni – 10 Juli 2021	Persiapan Pra Produksi	26-31 Desember 2022
5	Proses Take video	15 Juli 2021	Proses Take video	14 Juni -11 Agustus 2023
6	Proses editing	20 Juli 2021	Proses editing	19-25 Agustus 2023

3.4 Storyboard

Dari hasil observasi, penulis dapat membuat storyboard yang nantinya berfungsi untuk mempermudah penulis untuk membuat video profil. Storyboard ini juga akan membuat proses produksi lebih tertata rapi dan tidak memakan waktu yang banyak. Lalu ditambah dengan timeline atau keterangan berapa lama durasi sebuah scene dalam storyboard akan mempermudah proses editing.

Opening scene



Drone Shot: bangunan SMA Muhammadiyah 1 Malang



Low angle: dolly mendekati bangunan



Low angle: dolly mendekati bangunan



Still (menunjukkan aktivitas siswa masuk sekolah)



Eye level angle dolly maju



Eye level angle: Kepala Sekolah memberi sambutan

Gambar 2 1 Storyboard video company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang

Main Scene



Dolly in: Aktivitas belajar siswa di kelas



Medium shot: Aktivitas belajar siswa di kelas dengan VO penjelasan jurusan kelas



Medium shot: Aktivitas belajar siswa di kelas dengan VO penjelasan ekstrakurikuler



Medium shot: Aktivitas belajar siswa di kelas dengan VO penjelasan fasilitas



Dolly out: menunjukkan beberapa prestasi yang telah dicapai

Gambar 2 2 Storyboard video company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang

Closing Scene



Eye Level; Kepala sekolah closing



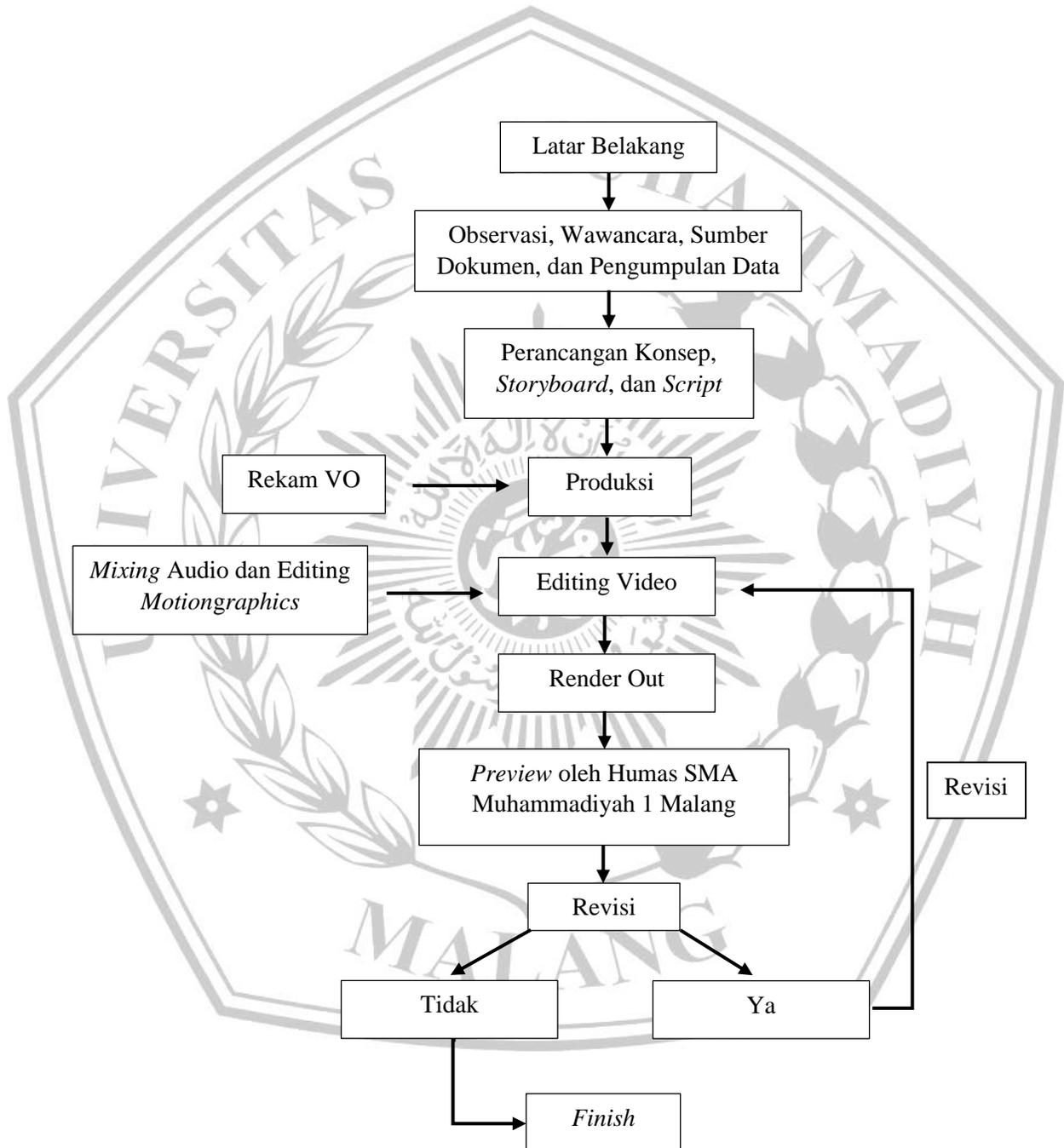
Drone Shot sekolah

Gambar 2 3 Storyboard video company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang

3.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam produksi Video Company Profile SMA Muhammadiyah 1

Malang adalah sebagai berikut:



3.6 Biaya Produksi

Tabel 2: *Biaya produksi company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang*

Item	Jumlah	Biaya
Kamera Lumix G85 + Lensa Kit	1	Rp. 10.000.000
Speedbooster Viltrox EF-M2 II	1	Rp. 1.000.000
Lensa Canon 10-22mm	1	Rp. 3.000.000
Total		RP. 14.000.000
Lensa Sigma ART 24 mm – 35 mm F2	1x12 Jam	Rp. 125.000
Lensa Sigma 18-35mm F/1.8	1x24 Jam	Rp. 100.000
Lensa Tokina 11-16mm F/2.8	1x24 Jam	Rp. 60.000
Zoom H4N Pro	1x12 Jam	Rp. 55.000
Clip on Sennheiser 112p G4	1x12 Jam	Rp. 100.000
Slider 60cm	2x24 Jam	Rp. 100.000
Tripod Attanta	2x24 Jam	Rp. 60.000
Zhiyun Crane 2	7x24 Jam	Rp. -
Lightstand	2x24 Jam	Rp 100.000
Voiceover		Rp 150.000
Total		Rp.850.000

3.7 Timeline

Tabel 3: *Timeline produksi company profile SMA Muhammadiyah 1 Malang*

Kegiatan	Waktu dan Tanggal
Penentuan Client	12-20 Maret 2021
Riset Client	1-15 April 2021
Pengajuan proposal kepada Client	18 November 2021
Perancangan konsep	26-31 Desember 2022
Proses Take video	14 Juni -11 Agustus 2023
Proses editing	19-25 Agustus 2023

3.8 Konsep

Video company profile dibawa menggunakan voiceover sebagai sumber informasi audio utama dan didukung oleh wawancara dengan kepala sekolah. Video

dibuka dengan shoot drone dan beauty shoot menggunakan kamera dengan kombinasi lensa ultra wide dan lensa fix mengambil visual bangunan dan suasana SMA Muhammadiyah 1 Malang. Lalu video dilanjut dengan salam perkenalan dan penjelasan Visi & Misi SMA Muhammadiyah 1 Malang oleh Kepala Sekolah SMA Muhammadiyah 1 Malang. Setelah itu, voiceover menggantikan Kepala Sekolah untuk menjelaskan informasi dan pesan yang berkaitan dengan profil SMA Muhammadiyah 1 Malang seperti sejarah, visi & misi fasilitas, rekap data sekolah, ekstrakurikuler, dan prestasi. Pada bagian ini, visual yang ditampilkan menyesuaikan dengan apa yang dijelaskan oleh voiceover, seperti menunjukkan arsip-arsip foto lama saat menjelaskan sejarah lalu menampilkan kegiatan belajar mengajar disaat voiceover menjelaskan jurusan yang ada di SMA Muhammadiyah 1 Malang dan seterusnya. Video ditutup oleh ajakan untuk mendaftar di SMA Muhammadiyah 1 Malang dari kepala sekolah.

3.9 Produksi

Proses produksi merupakan tahap penulis melakukan semua tahapan yang sudah disiapkan pada proses pra produksi. Pada tahap ini, penulis mempersiapkan alat alat, mengambil video sesuai dengan storyboard yang sudah disiapkan, dan berusaha untuk tidak keluar jalur dari timeline yang sudah ditentukan.

3.10 Pasca Produksi

3.9.1.Editing

Pada proses editing ini, semua video disusun sedemikian rupa berdasarkan runtutan storyboard yang ada sehingga bisa membentuk sebuah alur cerita menggunakan aplikasi Adobe Premiere CC 2019. Dengan adanya storyboard

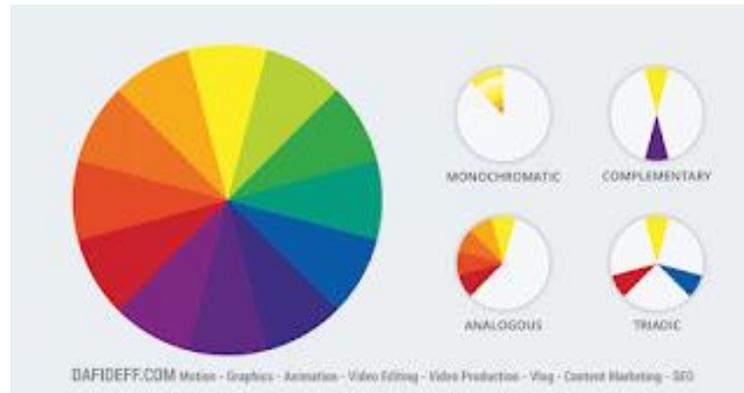
dan timeline membuat proses penataan video tidak memakan waktu yang banyak.

3.9.2.Mixing

Masih dalam proses editing, mixing adalah proses memasukkan audio dan musik ke dalam video dan mengatur volume audio wawancara agar tidak terlalu keras dan tidak terlalu pelan. Lalu audio juga nantinya akan diberi efek *noise reduction* dan efek efek lainnya untuk mengurangi efek noise atau suara suara yang dapat mengganggu penyampaian pesan.

3.9.3.Coloring

Penambahan warna atau bisa disebut coloring juga akan dilakukan dalam video dengan tujuan agar video lebih menarik dan professional. Tone warna yang digunakan dalam video company profile ini diselaraskan dengan warna yang digunakan dalam logo SMA Muhammadiyah 1 Malang. Warna biru yang dominan dengan sedikit aksen emas digunakan di logo SMA Muhammadiyah 1 Malang, pada gambar di bawah ini menunjukkan palet warna yang seimbang yang sering digunakan dalam film-film. Saat mengedit video.



Gambar 3. 1 : Penggunaan Palet Warna Dalam Film

Sumber: <https://www.dafideff.com/2017/06/cara-menggunakan-warna-dalam-film-dan-video.html> (diakses pada 18 Mei 2023)

Psikologi warna juga dikenal sebagai ilmu psikologi yang digunakan untuk menentukan efek warna, emosi, suasana hati, dan perasaan. Contoh warna yang bisa menggambarkan emosi atau mempengaruhi emosi:

Tabel 4: Arti berdasarkan psikologi

Warna	Makna
Merah	kemarahan, geram, gairah, energi, kecepatan, kekuatan, panas, cinta, dsb
Merah Muda	cinta, kemurnian, bahagia, romantis, lembut, feminine
Kuning	bijaksana, pengetahuan, ketenangan, imajinasi, harapan
Jingga	humor, energi, antusias, bersemangat
Biru	keyakinan, iman, spiritualitas, setia, kedamaian, ketenangan, dingin
Ungu	setia, kebijaksanaan, kekuatan, sensiti, intimasi

Palet warna yang seimbang menciptakan persatuan nada kohesif yang menghasilkan warna yang seimbang. Dari bagan di bawah ini ada 4 macam penggunaan palet warna seperti, *Monochromatic* yaitu penggunaan satu warna, *Complementary* yaitu penggunaan 2 warna yang berkomplementer atau saling berhadapan seperti biru dengan kuning, lalu ada *Analogous* yaitu penggunaan warna yang terkait satu sama lain seperti merah dengan kuning, lalu ada *Triadic* dimana 3 warna yang berbeda digunakan secara bersamaan dengan 1 warna harus dominan dan yang lainnya hanya sebagai aksen tambahan.

