

**Produksi Video Promosi Produk Mekari dan Video *After Movie* Jurnal  
*Partner Awards and Dinner* di PT Mid Solusi Nusantara**

**(*The Production of Mekari Product Promotion Video and After Movie of  
Jurnal Partner Awards and Dinner at PT Mid Solusi Nusantara*)**

**Muhamad Rafif Fadhillah<sup>1</sup> Gema Parasti Mindara<sup>2</sup> Fifi Novianti<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen Informatika Sekolah Vokasi IPB, Jl. Kumbang No. 14, Bogor, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen Informatika Sekolah Vokasi IPB, Jl. Kumbang No. 14, Bogor, Indonesia

<sup>3</sup>PT Mid Solusi Nusantara, Jl. Jend Sudirman Kav. 10-11, Jakarta Pusat, Indonesia

**Email : mrafif.fadhillah@gmail.com, gemaparasti@gmail.com fifi.novianti@jurnal.id**

**ABSTRACT**

*PT Mid Solusi Nusantara or commonly known as Mekari, is a company engaged in IT that is making software. Mekari has products such as Journal, Talent, Sleekr, and KlikPajak. Mekari in promoting its products through social media facilities such as Youtube and Instagram. Promotions include graphic design, motion graphics and videography. However, promotion in the form of videography is rarely done because the Creative Marketing division in particular the videography section is still not active on a regular basis for video production. Therefore, the production of videography is aimed at increasing the value of Mekari products and to recognize Mekari products to other businesses.*

*The Field Work Practices Activity (PKL) is carried out in the Mid Plaza 2 Building, located on Jalan Jend. Sudirman Kav. 10-11, Jakarta Pusat, 10220, Indonesia. This street vendor activity began on February 11, 2019 until May 3, 2019. Data collection was carried out using direct observation techniques, active participation, interviews, and discussions.*

*The method used in video production involves three stages. These stages include Pre-Production, Production and Post-Production. Stages made in accordance with what was done during the Field Work Practices (PKL) both when working on the script, meeting with clients and video production processes such as editing, rendering to publication.*

*The results of the video have been made as a promotional media for Mekari companies and the general public who want to find a platform for businesses that are increasingly developing in Indonesia.*

**Key words: editing, production, video, videography.**

**ABSTRAK**

PT Mid Solusi Nusantara atau biasa dikenal dengan Mekari, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang IT yaitu membuat *software*. Mekari mempunyai produk yaitu Jurnal, Talenta, Sleekr, dan KlikPajak. Mekari dalam melakukan promosi produknya melalui sarana media sosial seperti Youtube dan Instagram. Promosi yang dilakukan berupa desain grafis, *motion graphic* dan videografi. Namun, promosi berupa videografi jarang dilakukan karena pada

bagian divisi *Marketing Creative* khususnya bagian videografi masih belum aktif secara rutin untuk melakukan produksi video. Maka dari itu, produksi videografi dilakukan bertujuan untuk meningkatkan nilai produk – produk Mekari dan untuk mengenali produk – produk Mekari kepada pembisnis lainnya.

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di Gedung Mid Plaza 2, yang berlokasi di Jalan Jend. Sudirman Kav. 10-11, Jakarta Pusat, 10220, Indonesia. Kegiatan PKL ini dimulai pada tanggal 11 Februari 2019 sampai 3 Mei 2019. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi langsung, partisipasi aktif, wawancara, dan diskusi.

Metode yang digunakan dalam produksi video melibatkan tiga tahapan. Tahapan tersebut antara lain Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Tahapan yang dibuat sesuai dengan apa yang dilakukan saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) baik saat mengerjakan *script*, bertemu dengan klien maupun proses produksi video seperti *editing*, *rendering* hingga publikasi.

Hasil video yang telah dibuat sebagai media promosi untuk perusahaan Mekari dan masyarakat umum yang ingin mengetahui satu *platform* untuk bisnis yang semakin berkembang di Indonesia.

**Kata kunci : editing, produksi, video, videografi.**

## PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi multimedia telah menjanjikan berpotensi besar dalam merubah cara seseorang untuk belajar, memperoleh informasi, dan menyesuaikan informasi, hal ini disebabkan oleh adanya tayangan visual serta audio visual. Multimedia adalah kombinasi dari seni, teks, suara, animasi, dan video yang berisi informasi yang disajikan melalui komputer atau alat elektronik lainnya yang dapat dimanipulasi secara digital (Vaughan 2011:18). Teknologi multimedia umumnya digunakan oleh perusahaan yang sedang berkembang dalam mempromosikan produknya. Seperti yang dilakukan oleh PT Mid Solusi Nusantara.

PT Mid Solusi Nusantara atau biasa disebut Mekari merupakan perusahaan yang bergerak dibidang aplikasi laporan keuangan, mengelola karyawan, penggajian karyawan serta perpajakan. Mekari memiliki nama produk dari setiap bidangnya, salah satunya yaitu Jurnal dan Talenta. Jurnal adalah aplikasi akuntansi *online* yang mengelola laporan keuangan perusahaan secara instan dan *real-time*. Talenta adalah aplikasi proses administrasi pengelolaan karyawan dan penggajian karyawan.

Kedua produk tersebut, dalam melakukan promosinya menggunakan sarana media sosial seperti Youtube dan Instagram. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Selain itu, media sosial ini juga dimanfaatkan sebagai strategi *marketing* oleh Mekari.

Mekari memiliki divisi *Marketing Creative* yang berperan dalam membuat konten multimedia untuk mempromosikan produk – produk yang dimiliki oleh Mekari. Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk

mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan, perorangan dan periklanan (Rangkuti 2009).

Divisi *Marketing Creative* sudah banyak dalam mempublikasikan konten multimedia diberbagai media sosial resmi produk-produk milik Mekari, seperti desain grafis dan video tutorial. Namun untuk pembuatan konten multimedia berbentuk videografi jarang diproduksi. Maka dari itu, dibuatlah konten multimedia berjudul “*Introducing Jurnal*” yang berisi informasi tentang memperkenalkan fitur-fitur serta keuntungan dari produk Jurnal.

Sebenarnya, divisi *marketing creative* sudah memiliki satu konten multimedia yang tetap yaitu *Customer Story*. Pada kenyataannya, konten *customer story* ini jarang diproduksi oleh Mekari, maka dibuatlah kembali video *customer story* dengan *customer* yang baru yaitu PT Altima Group yang memiliki produk yaitu Porto Bistreu dan Nanny’s Pavillon. *Customer Story* merupakan konten multimedia yang berisi informasi testimonial *customer* selama menggunakan produk Talenta. Selain itu, divisi *marketing creative* ini juga telah membuat satu konten pada tahun 2019 yaitu “*After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner 2019*” yang berisi informasi apresiasi Jurnal kepada *partner*. Sehingga, Jurnal dan Talenta telah dipercayai oleh beberapa perusahaan seperti Gojek, Sharetea, Rollover Reaction, dan PT Altima Group.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, melalui pembuatan tugas akhir ini maka judul yang dipilih adalah “Produksi Video Promosi Produk Mekari dan Video *After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner* di PT Mid Solusi Nusantara”

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam produk multimedia ini berdasarkan tahapan pengerjaan selama praktik kerja lapangan berlangsung. Terdapat satu metode dalam pengerjaan produksi video *Introducing Jurnal*, video *Customer Story* hingga video *After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner 2019*. Berikut metode yang digunakan :

Tabel 1 Metode Bidang Kajian

	Pra Produksi			Produksi			Pasca Produksi			
	DK	PS	PS1	PP	PG	PD	PE	RD	KR	PB
Video <i>Introducing Jurnal</i>	√	√	×	√	×	√	√	√	√	√
Video <i>Customer Story</i>	√	√	×	√	√	√	√	√	√	√
Video <i>After Movie</i>	√	×	√	√	×	√	√	√	√	√

Catatan:

- √ Dilakukan
  - ×
- Tidak dilakukan

Keterangan:

DK : Diskusi dengan klien	PD : Persiapan Data
PS : Perancangan <i>Storyboard</i>	PE : Proses <i>Editing</i>
PS1 : Perancangan <i>Storyline</i>	RD : <i>Rendering</i>
PP : Persiapan Peralatan	KR : Konsultasi Video dan Revisi
PG : Pengambilan Gambar	PB : Publikasi

Pada Tabel 1 diatas adalah metode yang digunakan dalam tahap produksi video promosi video produk Mekari dan video *after movie*. Video promosi produk Mekari terdiri dari 2 video, yaitu *introducing* Jurnal dan video *customer story*. Tahap produksi video tersebut meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahapan masing – masing video yang dilakukan terdapat berbeda, seperti yang terlihat pada Tabel 1. Ada beberapa tahapan yang diberi simbol x disetiap tahapannya, karena pada tahapan itu tidak dilakukan atau tidak dikerjakan pada saat praktik kerja lapang. Berikut penjelasan tahapan – tahapan pada Tabel 1 diatas :

### 1 Pra Produksi

Tahap pra produksi atau perencanaan adalah tahap yang mengacu pada hal-hal yang dilakukan oleh tim produksi sebelum eksekusi pengambilan gambar (*shooting*) dalam membuat sebuah film (Nurul Muslimin 2018: 30). Kegiatan dimulai dari pembahasan ide gagasan awal hingga pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*) di lapangan. Tahap pra produksi yang dilakukan dalam pembuatan video adalah :

- 1 Diskusi denganklien, pada tahap ini diskusi yang dilakukan dengan memberi arahan tentang proyek yang akan di produksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diskusi adalah hal yang dilakukan oleh sekelompok orang yang membahas suatu topik yang menjadi perhatian umum di hadapan khalayak, pendengar (siaran radio), atau penonton (siaran televisi), khalayak diberi kesempatan untuk bertanya atau memberikan pendapat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arahan adalah perintah resmi seorang pemimpin perusahaan kepada bawahannya yang berupa petunjuk untuk melaksanakan sesuatu dan jika tidak dilaksanakan akan mendapat sanksi. Hasil dari diskusi yang dilakukan menjadi sebuah *script*. *Script* merupakan hasil kerja tertulis yang menjadi bahan pembuatan film (Effendy 2014: 133).
- 2 Perancangan *Storyboard* atau *Storyline*, pada tahap ini *script* yang telah dibuat dikembangkan menjadi deskripsi detail yang berisi alur. Menurut Heru Effendy (2014) *Storyboard* adalah sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi di dalam film dan dilengkapi dengan dialog yang sesuai waktunya atau deskripsi adegan. Sedangkan *storyline* adalah inti dari sebuah *script* yang diambil dari gagasan utama *script* tersebut yang dibuat seperti alur cerita. *Storyboard* atau *storyline* yang sudah disepakati akan dijadikan acuan dan standar atas tujuan dari produksi yang ingin dicapai.

- 3 Persiapan peralatan, tahap ini adalah dilakukan nya pencarian alat disesuaikan dengan kebutuhan pada proses produksi.

## 2 Produksi

Tahap produksi adalah proses yang fokus pada pengambilan gambar/visual beserta *audio* dari sebuah film. Biasanya disebut *shooting day* (Nurul Muslimin 2018:104). Pengambilan gambar yang dilakukan pada proses ini ditentukan setelah *storyboard* atau *storyline* sudah dibuat. Berikut tahap produksi yang dilakukan adalah :

- 1 Pengambilan Gambar atau *Shooting*, merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *Videographer* untuk melakukan pengambilan gambar dalam mengolah rancangan produksi menjadi film.
- 2 Persiapan Data Video, merupakan persiapan data video yang diambil dari *Videographer* untuk memudahkan saat proses *editing* video pada tahap pasca produksi (Hendratman 2017:717).

## 3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan proses penyelesaian akhir dari produksi (Mabruri 2018:376). Tahap ini juga memproses video sebelum video siap disajikan atau ditayangkan.

- 1 *Video Editing*, Menurut Roy Thompson and Christopher J. Bowen (2009) *Editing* adalah proses mengorganisir, *reviewing*, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. *Editing* harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya. Menurut Anton Marburi (2014:53-61), *Editing* memiliki dua tahapan yaitu *Offline Editing* dan *Online Editing*. *Offline Editing* merupakan merupakan tahap penyuntingan kasar yang intinya adalah menyambung cuplikan – cuplikan gambar terbaik dari setiap adegan dan menyambungkan menjadi satu kesatuan adegan yang berkesinambungan (Mabruri 2018:375). *Offline Editing* meliputi salah pemotong gambar dalam bentuk kasar, menambahkan *background music* serta menambahkan *voice over*. *Voice over* merupakan istilah suara pengisi tanpa wajah yang menyuarakan tampak di layar, biasanya menggunakan *dubber*, menggunakan wawancara, dan juga ilustrasi musik sebagai penunjang gambar (Mabruri 2018:314). Sedangkan, *Online Editing* merupakan lanjutan dari tahap *offline editing* dimana potongan gambar yang masih kasar disempurnakan dengan cara memberi *motion graphic* pada gambar, penyempurnaan audio yang masih kasar sesuai dengan kebutuhan, memperbaiki kualitas warna dalam visual biasanya disebut *Color Grading* (Mabruri 2018:372), efek suara khusus berdasarkan yang dibutuhkan serta memberi tambahan transisi. *Motion graphics* Transisi adalah proses perpindahan gambar antara *scene* yang satu dengan *scene* yang lain (Mabruri 2018:381).

- 2 *Rendering*, merupakan proses kompresi hasil *editing* menjadi video digital. *Sequence* atau *timeline* yang berada di dalam *Adobe Premiere Pro* akan dikompresi ke dalam ekstensi .mp4. *Sequence* adalah serangkaian adegan atau *shot* yang merupakan suatu kesatuan yang utuh (Effendy 2014:135). Adegan atau *shot* diperoleh dari pengambilan gambar.
- 3 Konsultasi Video dan Revisi, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Revisi adalah peninjauan (pemeriksaan) kembali untuk perbaikan. Pada tahap ini dilakukan perbaikan video yang memperlihatkan karya video sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh klien.
- 4 Publikasi, merupakan tahap akhir dalam pasca produksi, video akhir yang telah selesai akan dipublikasikan ke media sosial yaitu akun Youtube masing-masing produk dari PT Mid Solusi Nusantara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang implementasi dari metode produksi video yang digunakan dalam pembuatan produk multimedia yang dibuat di PT Mid Solusi Nusantara. Produk multimedia yang dibuat yaitu video promosi dan video *after movie*. Video promosi terdiri dari “Video *Introducing Jurnal*” dan “Video *Customer Story*”, untuk video *after movie* yang dibuat yaitu “Video *After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner 2019*”.

### 1 Video *Introducing Jurnal*

Produk video promosi yang akan dibuat adalah video *Introducing Jurnal*. Video *Introducing Jurnal* merupakan video branding ulang produk Jurnal yang sekarang sudah mempunyai *company name* baru yaitu Mekari. Bertujuan untuk memberikan pengenalan fitur – fitur baru yang ada di produk Jurnal kepada perusahaan yang tertarik bergabung menjadi *partner* Jurnal. Pada video *Introducing Jurnal*, ditugaskan khusus menjadi *editor* video. Namun, *editor* juga mengikuti tahapan proses pra produksi hingga pasca produksi pada video *Introducing Jurnal*. Berikut adalah tahapan – tahapan produksi video *Introducing Jurnal*:

#### 1.1 Pra Produksi

Tahap awal pembuatan video *Introducing Jurnal* dilakukan dengan tahapan pra produksi. Tahap ini adalah tahapan yang penting dalam sebuah proses produksi. Perencanaan yang telah dilakukan melalui diskusi dan dicatat, maka saat nanti diproduksi akan sesuai dengan perencanaan tersebut. Tahap ini terdiri dari beberapa kegiatan perencanaan diantaranya adalah:

##### 1.1.1 Diskusi dengan klien

*Head of Creative* memberikan tugas kepada *editor* untuk membuat sebuah video *Content Advertising* berupa *Introducing Jurnal*. Pada tahap ini diskusi dengan klien yang dilakukan bersama *Senior Video Producer* sebagai klien nya. *Senior Video Producer* memberikan arahan dan ide - ide kepada *editor* tentang

pembuatan video *Introducing* Jurnal yang akan di produksi. Diskusi yang dilakukan meliputi beberapa tahap yaitu konsep video, tujuan video, *target audience* dan durasi video.

#### 1 Konsep Video

*Senior Video Producer* dan *Editor* mendiskusikan konsep video yang akan ditampilkan. Konsep tersebut yaitu menggambarkan suasana penggunaan produk Jurnal yang dilakukan oleh *customer* serta keunggulan produk Jurnal.

#### 2 Tujuan Video

Dibuatnya video *Introducing* Jurnal yaitu sebagai media promosi untuk mengenalkan sebuah *software accounting online* yang memudahkan karyawan dalam bekerja.

#### 3 Target Audience

Ditunjukan kepada perusahaan yang ingin menggunakan produk Jurnal sebagai aplikasi akuntansi *online* pada perusahaan mereka.

#### 4 Durasi Video

Durasi yang digunakan dalam video *Introducing* Jurnal yaitu berdurasi berkisaran 1 - 2 menit. Kisaran durasi tersebut ditentukan oleh *Senior Video Producer*. Menurut *Senior Video Producer* dari PT Mid Solusi Nusantara video promosi sebaiknya dengan durasi yang singkat dan tersampaikan pesannya.

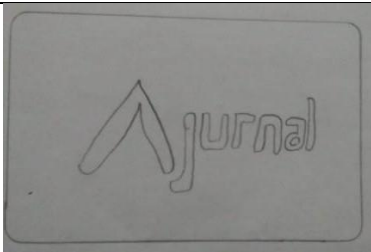
Hasil diskusi yang meliputi beberapa tahap diatas menghasilkan sebuah *script* yang akan dibuat menjadi *storyboard* pada tahap selanjutnya. *Script* tersebut dapat dilihat pada Lampiran 1.

#### 1.1.2 Perancangan *Storyboard*

Konsep cerita yang sudah didiskusikan menjadi sebuah *script* akan dibuat penyajian *visual* cerita yang menjelaskan tentang alur narasi yaitu *Storyboard*. *Storyboard* berisikan pengambilan gambar yang berasal dari *Senior Video Producer* sebagai *director shot*. *Storyboard* berisikan pengambilan gambar *shot* demi *shot*, dan bisa pula berupa gambar sketsa dari sebuah *scene*.

Secara *visual* inilah yang dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan gambar. Jika *storyboard* sudah disepakati semua tim maka akan dijadikan acuan dan *standard* tujuan dari produksi yang ingin dicapai. *Storyboard* yang dibuat untuk acuan pembuatan video *Introducing* Jurnal seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 *Storyboard* Video *Introducing* Jurnal

No.	Gambar	Penjelasan
1.		<p><b>Scene 1</b> Opening logo Jurnal.</p> <p><b>Voice Over</b> "Jurnal, <i>software</i> akuntansi <i>online</i> yang telah dipercaya ribuan bisnis kecil dan menengah di Indonesia" <b>Teknik</b></p>

---

**pengambilan gambar** *Long Shot*

**Background Music**

*A Real Estate*

**Perkiraan Durasi**

7 detik

---

### 1.1.3 Persiapan Peralatan

Persiapan peralatan dilakukan dengan pendataan terhadap perlengkapan yang akan dipakai. Persiapan tersebut yaitu dilakukannya pemeriksaan secara langsung agar tidak terjadi kesalahan pada saat melakukan proses produksi. Adapun pemeriksaan alat-alat yang akan digunakan yaitu :

#### 1 Memory Card

Persiapan *memory card* dilakukan bertujuan untuk pengambilan data hasil *shooting* yang akan dilakukan oleh *Videographer*. *Memory card* tersebut adalah SanDisk 32 GB (3 buah).

#### 2 Komputer

Komputer digunakan untuk proses produksi dan pasca produksi dalam kebetuhan pemilihan *stock footages* dan mengedit video yang telah di *shooting* oleh *Videographer*. Berikut spesifikasi komputer yang digunakan seperti yang dtunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Spesifikasi Komputer

Perangkat Keras	Spesifikasi
<i>Operating System</i>	macOS Sierra
<i>Processor</i>	2,7 GHz Intel Core i5
<i>System Manufacture</i>	iMac
<i>System Model</i>	iMac 2012
<i>Memory</i>	16 GB 1600 MHz DDR3
<i>Harddisk</i>	1 TB (SATA Disk)
<i>Alat Input</i>	<i>Keyboard dan Mouse</i>
<i>Alat Output</i>	<i>Earphone</i>

Pada tabel spesifikasi komputer di atas sudah memenuhi kriteria minimum komputer yang digunakan untuk tahapan produksi dan pasca produksi khususnya pada tahapan *editing* dan *rendering*.

## 1.2 Produksi

### 1.2.1 Persiapan Data

Pada proses ini dilakukan persiapan data, data yang diambil berupa video mentahan dari hasil pengambilan gambar yang dilakukan oleh *Videographer*.



*Videographer* memberikan *memory card* kepada *editor* saat setelah melakukan proses pengambilan gambar. Kemudian *editor* melakukan pemilihan data video dan dipisahkan setiap adegannya dilakukan berdasarkan *storyboard* yang sudah dibuat pada proses pra produksi. Persiapan data video dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Persiapan Data Video-Video Introducing Jurnal

### 1.3 Pasca Produksi

#### 1.3.1 Proses Editing

Proses *Editing* merupakan suatu proses semua bahan video yang sudah terkumpul diolah menjadi video yang utuh. Proses *editing* ini memilih atau menyunting gambar dari hasil *shooting* yang dilakukan oleh *Videographer* dan sudah dipilih *scene* yang sesuai dengan *storyboard* yang dilakukan oleh *Editor*. Proses *editing* yang dilakukan dengan cara memotong gambar ke gambar (*cut to cut*) atau dengan menggabungkan gambar-gambar dengan menyisipkan sebuah transisi. Perangkat lunak yang digunakan dalam proses *editing* yaitu :

- 1 Adobe Premiere Pro CC 2018  
Perangkat lunak yang digunakan untuk mengedit video.
- 2 Adobe After Effect CC 2018  
Perangkat lunak yang digunakan untuk membuat *motion graphic*.

Perangkat lunak yang sudah disebutkan di atas, umum nya digunakan untuk melakukan *editing*, karena *software editing* ini sudah modern dengan sistem kerja yang lebih sederhana dan mudah dipahami dalam pengoperasian nya.

Setelah semuanya sudah dibuat, selanjutnya ke proses *editing* ini memiliki beberapa tahapan yaitu:

- 1 *Offline editing*  
Merupakan tahapan pemotong bahan video yang akan digunakan dalam bentuk kasar, menambahkan *background music* dan menambahkan *voice over*.
  - a. Memasukkan *Background Music*  
*Background Music* adalah lagu yang akan diputar atau dimainkan sebagai latar dan pemanis dalam sebuah karya video. *Background Music* yang dipakai sudah ditentukan pada pembuatan *storyboard* yang telah dibuat. Pada video *Introducing Jurnal* menggunakan *background music* yaitu *A Real Estate* yang diunggah dari Youtube, lagu tersebut berlisensi *free no copyright*.

### b. Pemotongan Video

Video mentah yang telah dipilih kemudian dilakukan penyeleksi yang biasa disebut *cut to cut*. Penyeleksian video yang dilakukan menyesuaikan dengan *scene* yang ada didalam *storyboard* yang telah dibuat. Tahapan penyeleksian video dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Tahapan Penyeleksian Video

### c. Menambahkan *voice over*

*Voice over* yang sudah direkam oleh *Videographer*, kemudian di *import* ke dalam *software Adobe Premiere Pro*, selanjutnya disesuaikan dengan *scene* yang ada didalam *storyboard*.

## 2 *Online editing*

Merupakan tahapan lanjutan dari tahap *offline editing* dimana potongan gambar yang masih kasar akan disempurnakan dengan cara memberi *motion graphic* pada gambar sesuai kebutuhannya dan keseimbangan suara pada *background music*, efek suara dan *voice over*. Tahap ini meliputi penambahan *motion graphic*, *color grading* serta efek suara.

### a. Penambahan *motion graphic*

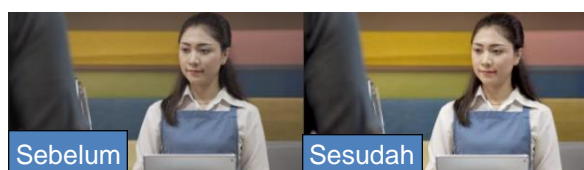
Pada tahap melakukan penambahan *motion graphic* dibuat menggunakan *software Adobe After Effects CC 2018*. Teknik yang digunakan untuk membuat *motion graphic* yaitu teknik *Masking*. Teknik *masking* adalah teknik menyembunyikan teks dan objek dari suatu objek. Teknik *masking* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Contoh Penerapan Teknik *Masking*

### b. *Color Grading*

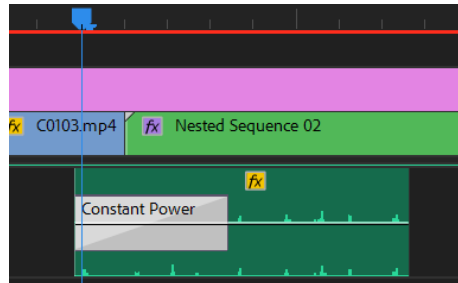
Pada video *Introducing Jurnal* proses *color grading* dilakukan menggunakan *plug-in lumetri color* yang sudah disediakan pada *software Adobe Premiere Pro CC 2018*. Hasil *color grading* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Perubahan *Color Grading* – Video *Introducing Jurnal*

### c. Efek suara

Pada tahap efek suara sangat diperlukan untuk mengatur besar kecilnya *background music*, *voice over*, dan *sound effects*. Pada video *Introducing Jurnal* menggunakan salah satu *plug-in audio transitions* dari software Adobe Premiere Pro CC 2018 yaitu *constant power*. Efek suara tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.



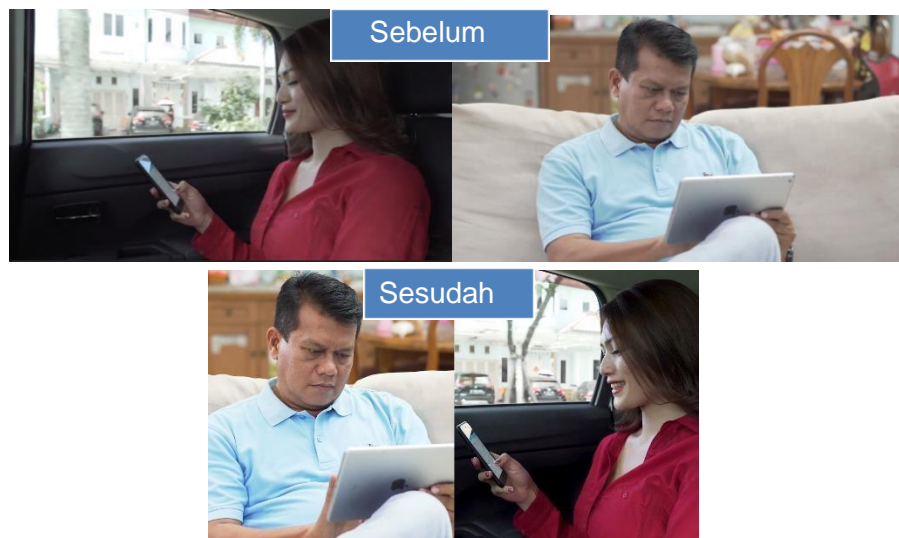
Gambar 5 Efek Suara – *Constant Power*

### 1.3.2 *Rendering*

Setelah semua video melalui tahap proses *editing*, selanjutnya video memasuki tahap akhir sebelum video menjadi final. *Rendering* yang dilakukan pertama yaitu *rendering* pada *motion graphic*, karena proses *rendering motion graphic* melalui software Adobe After Effects CC 2018 dan *editing* final video dilakukan pada software Adobe Premiere Pro CC 2018.

### 1.3.3 *Konsultasi Video dan Revisi*

Setelah proses *editing* dan *rendering* telah selesai maka video sudah bisa diperlihatkan dan dikonsultasikan kepada *Senior Video Producer*. Jika video masih terdapat kesalahan atau belum sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka akan dilakukan revisi. Revisi dilakukan agar video bisa layak untuk di publikasi. Revisi tersebut dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Revisi Perubahan *Scene* – Video *Introducing Jurnal*

### 1.3.4 Publikasi

Setelah proses revisi telah selesai dan sudah mencapai hasil final dari video yang telah dibuat maka video akan dipublikasi oleh *Senior Video Producer* melalui akun Youtube Jurnal.

## 2 Video Customer Story

Produk video promosi yang akan dibuat selanjutnya adalah video *Customer Story*. *Content* video *customer story* berisikan tentang testimonial *customer* selama menggunakan produk dari PT Mid Solusi Nusantara yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada *customer* dan bisa memikat *customer* yang belum bekerjasama menjadi *partner*.

Tahapan video *customer story* masih sama seperti tahapan pada video sebelumnya dari tahapan pra produksi yang memulai diskusi dengan klien sampai persiapan peralatan dan tahapan pasca produksi juga masih sama dengan video sebelumnya mulai dari proses *editing* hingga publikasi, namun ada perbedaan dibagian produksi. Berikut tahapan produksi yang dilakukan:

### 2.1 Produksi

Tahap produksi adalah tahap eksekusi dari persiapan yang sudah dilakukan pada tahap pra produksi. Ada tahapan yang berbeda dengan proses produksi pada *Introducing Jurnal*. Berikut tahapan yang dilakukan saat produksi :

#### 2.1.1 Shooting

Pada tahap ini dilakukan teknik pengambilan gambar yang sesuai dengan *storyboard* sebagai acuan nya. Pada proses pengambilan gambar digunakan beberapa teknik pengambilan berikut teknik pengambilan gambar, *high camera angle* dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 7 Camera Angle – High Camera Angle

#### 2.1.2 Persiapan Data

Setelah melakukan proses pengambilan gambar, selanjutnya proses persiapan data, persiapan ini sama dengan pada video *Introducing Jurnal*. *Videographer* melakukan *transfer* data hasil *shooting* dan melakukan pemilihan video sesuai dengan *storyboard*.

### 3 Video After Movie

Pada produk *multimedia* yang akan dibuat selanjutnya adalah video *After Movie* Jurnal *Partner Awards and Dinner 2019*. Video *after movie* merupakan *content* video setiap tahun dari produk Jurnal. Pada video *after movie*, ditugaskan menjadi *editor*. Tahapan yang dilakukan pada video *after movie* masih sama tahapannya dengan video *introducing* Jurnal yang sudah dijelaskan yang ditugaskan sebagai *editor* video, namun ada perbedaan dibagian pra produksi pada tahap perancangan, perancangan yang dilakukan pada video *after movie* adalah perancangan *storyline*, berikut perancangan *storyline* yang dilakukan:

#### 3.1 Pra Produksi

##### 3.1.1 Perancangan *Storyline*

Pada tahap ini memiliki perbedaan dari video sebelumnya, karena video ini *after movie* pada saat proses *shooting* dilakukan secara *real time*. Jadi perancangan yang dilakukan yaitu perancangan *storyline*. Konsep cerita yang sudah didiskusikan dibuat menjadi *storyline*. *Storyline* berisikan alur cerita yang akan ada didalam video.

Alur cerita inilah yang dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan gambar. Jika *storyline* sudah disepakati semua tim maka akan dijadikan acuan dan *standart* tujuan dari produksi yang ingin dicapai. *Storyline* yang dibuat untuk acuan pembuatan video *After Movie* seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 *Storyline* Video *After Movie*

Scene	Penjelasan Scene
Scene 1	(Opening) Adegan <i>partner</i> sedang masuk dan menunggu acara mulai, video secara singkat. Background Music ES_Safe Journey 1 - Magnus Ringblom

### 4 Pengujian

#### 4.1 Pengujian *Alpha*

Pada tahap pengujian *alpha* merupakan pengujian yang dilakukan dengan mempresentasikan hasil video kepada pembimbing lapang. Pada saat mempresentasikan hasilnya dapat diterima dan akan dipublikasi oleh pembimbing lapang.

#### 4.2 Pengujian *Beta*

Tahap pengujian *beta*, merupakan pengujian yang memberikan dan memperlihatkan video kepada orang lain atau masyarakat yang tidak terlibat dalam pembuatan video. Pengujian *beta* dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner pada *platform google form* kepada rekan kuliah dan umum. Kesimpulan dari pengujian *beta* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Kesimpulan Pengujian Beta Video *Introducing* Jurnal

NO	Pertanyaan	Jumlah Pemilih				
		1	2	3	4	5
<b>A. Visual</b>						
1	Apakah video sudah terlihat jelas?			1	5	14
2	Apakah transisi video sudah baik?			0	7	13
3	Apakah warna dan pencahayaan pada video sudah baik?			1	7	12
4	Apakah ilustrasi <i>motion graphic</i> yang ditampilkan sudah sesuai dengan konten?			0	8	12
<b>B. Isi</b>						
1	Apakah informasi yang disampaikan sudah jelas?			1	11	8
2	Apakah anda tertarik dengan konsep video <i>Introducing</i> Jurnal?			2	7	11
3	Apakah durasi video sudah cukup?			3	6	11
<b>C. Audio</b>						
1	Apakah suara narasi lebih besar dari suara <i>background music</i> ?			0	11	9
2	Apakah narasi sudah terdengar jelas?			0	9	11
<b>Jumlah</b>		0	0	8	71	101
<b>Persentase</b>				4,4 %	39,4 %	56,1 %

Catatan:

- |                       |                 |
|-----------------------|-----------------|
| 1 Sangat tidak setuju | 4 Setuju        |
| 2 Tidak setuju        | 5 Sangat setuju |
| 3 Cukup               |                 |

## SIMPULAN

Pembuatan video *Introducing* Jurnal sebagai media promosi dalam memperkenalkan produk Jurnal telah berhasil diselesaikan sampai proses tahap akhir yang terdapat pada metode bidang kajian, yaitu tahap publikasi.

Pembuatan video *Customer Story* untuk PT Altima Group dalam menampilkan informasi testimonial customer selama menggunakan produk Talenta telah berhasil diselesaikan sampai proses tahap publikasi.

Pembuatan video *After Movie* Jurnal *Partner Awards and Dinner 2019* untuk *after movie event* telah berhasil diselesaikan sampai proses tahap akhir, yaitu tahap publikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Aziz Abdul. 2017. *Color Grading, Teknik Mengubah Suasana Dalam Film*. [internet]. [diakses 2019 Mei 18]. Tersedia pada :

- <https://medium.com/@azizcrable0n/color-grading-teknik-mengubah-suasana-dalam-film-b4ccc4f27827>
- CSinema. 2017. *Tahapan Produksi Film: Pasca Produksi*. [internet]. [diakses 2019 Mei 18]. Tersedia pada : <http://csinema.com/tahapan-produksi-film-pasca-produksi/>
- Effendy H. 2014. *Mari Membuat Film*. Jakarta (ID) : KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Hendratman H. 2017. *The Magic of Adobe Premiere Pro*. Bandung (ID): Informatika Bandung.
- HR Primanti. 2012. *Produksi Film dan Studio Film*. [internet]. [diunduh 2019 April 13]. Tersedia pada : <http://e-journal.uajy.ac.id/157/3/2TA12920.pdf>
- Mabruri A. 2018. *Produksi Program TV Non-Drama Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta (ID) : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muslimin N. 2018. *Bikin Film, Yuk!*. Yogyakarta (ID): Araska
- N Sora. 2017. *Pahamilah Pengertian Storyboard Dan Fungsinya*. [internet]. [diakses 2019 Mei 18]. Tersedia pada : <http://www.pengertianku.net/2017/10/pengertian-storyboard-dan-fungsinya.html>
- Nugroho S. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta. (ID): CV ANDI OFFSET.
- Rangkuti F. 2009. *Starategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta (ID): PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Vaughan T. 2011. *Multimedia : Making It Work*. [jurnal]. Tersedia pada : [library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2013200400IF%20Bab2001.p df](http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2013200400IF%20Bab2001.pdf)
- Widharma Wayan. 2015. *Pengertian Shot, Scene dan Sequence*. [internet]. [diakses 2019 Mei 19]. Tersedia pada: <http://csinema.com/shot-scene-dan-sequence/>