

# Strategi Kreatif Video Klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat*

**Marion Jola**

**Oleh:**

**Nama : Nicholas Aldo Minaroy**

**NIM : 60160020**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Broadcasting*



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

### Strategi Kreatif Video Klip “ Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat*

**Marion Jola**

**Diajukan oleh:**

**Nama : Nicholas Aldo Minaroy**

**NIM : 60160020**

**Jakarta, 06 Agustus 2022**

**Disetujui Oleh:**

Dosen Pembimbing,



(Altobeli Lobodally, S.Sos, M.Ikom)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**2022**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

**Nicholas Aldo Minaroy / 60160020 / 2022 / Strategi Kreatif Video Klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian feat Marion Jola / Pembimbing: Altobeli Lobodally, S.Sos, M.Ikom**

Strategi Kreatif merupakan sebuah cara atau metode yang digunakan untuk mengembangkan sebuah ide yang kita miliki. Pihak AVCD Films menggunakan strategi kreatif seperti *set*, *property*, *spectrum lighting* dan penambahan beberapa efek dalam video klip tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif apa yang digunakan dalam video klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat* Marion Jola

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kreatif dari Fachrudin. Penelitian ini akan mengetahui tiga tahapan strategi kreatif dalam video klip “ Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat* Marion Jola, yakni pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan melakukan wawancara secara mendalam. Demi memperkuat hasil penemuan, peneliti menggunakan teknik keabsahan data sebagai pedoman untuk menarik sebuah kesimpulan dalam sebuah penelitian.

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi kreatif video klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola dapat disimpulkan bahwa dalam pembuatan video klip tersebut, pihak AVCD menggunakan strategi kreatif berupa penggunaan *spectrum colour lighting* neon dan penggunaan beberapa efek seperti efek *daydreaming* dan efek *snow* ditambahkan dengan penggunaan *set* dan *property* dalam video sebagai penunjang dalam pembuatan video klip tersebut.

**Kata kunci: Strategi, Kreatif, Video Klip, Studi Kasus.**





**ABSTRACT**

**Nicholas Aldo Minaroy / 60160020 / 2022 / Creative Strategy Video Clip “I Don't Want To Be Separate Anymore” Rizky Febian feat Marion Jola / Supervisor: Altobeli Lobodally,**

**S.Sos, M.Ikom**

*Creative Strategy is a method used to develop an idea that we have. Pihak AVCD Films uses creative strategies such as set, property, spectrum lighting and the addition of several effects in the video clip. The purpose of this study was to find out what creative strategies were used in the video clip "Don't want to Be Separated Anymore" Rizky Febian feat Marion Jola.*

*The theory used in this study is the creative strategy of Fachruddin. This research will find out the three stages of creative strategy in the video clip "Don't want to Be Separated Anymore" Rizky Febian feat Marion Jola, namely pre-production, production and post-production.*

*This research also uses a qualitative approach. This type of research uses qualitative research using case study research methods by conducting in-depth interviews. In order to strengthen the findings, researchers use data validity techniques as a guide to draw a conclusion in a study.*

*Based on the results of research and discussion about the creative strategy of the video clip Don't Want to Separate Anymore Rizky Febian feat Marion Jola, it can be concluded that in making the video clip, the party AVCD uses areative kstrategy in the form of the use of spectrum colour, fluorescent lighting and the use of several effects such as daydreaming effect and snow effect added with the use of sets and properties in the video as a support in making the video clip.*

**Keywords: Strategy, Creative, Video Clips, Case Studies.**

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Tidak Boleh Di Salin atau Di Reproduksi  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan kasih karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan penulis untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Altobeli Lobodally, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing peneliti yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan, juga saran dan kritik yang membangun dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. Imam Nuraryo, S.Sos, M.A.(Comms) selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Teman teman penulis, Michael Christian, Alexander Janeuro Karlindo, Melvin Sanjaya, Kenji Dharmawan, Sevian Djong, Glen Aaron Nicholas, Timotius Makahanap, yang telah memberikan bantuan semangat, doa, serta saran selama proses penulisan skripsi ini.
4. Responden yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membantu dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.



5. Kepada keluarga peneliti yang selalu senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti baik secara jasmani maupun rohani sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dan dapat meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu peneliti meminta maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.

Jakarta, 06 Agustus 2022

Nicholas Aldo Minaroy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembaran Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar label .....	ix
Daftar gambar .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Rumusan Masalah.....	6
3. Identifikasi Masalah .....	6
4. Tujuan Penelitian .....	7
5. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
1. Landasan Teoritis .....	8
2. Penelitian Terdahulu.....	31
3. Kerangka Pemikiran .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
1. Subjek Penelitian .....	44
2. Desain Penelitian .....	44



3. Jenis Data.....	52
4. Teknik Pengumpulan Data .....	53
5. Teknik Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
1. Gambaran Umum .....	59
2. Analisis .....	60
3. Pembahasan .....	85
4. Teknik Keabsahan Data.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
1. Kesimpulan.....	97
2. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Gambar 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu...	39
Gambar 3.1 Tabel Proses Penelitian...	50
Gambar 4.2 Tabel Komparasi <i>Moodboard</i> dan hasil <i>shooting</i> ...	86

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2	Komponen Arus Komunikasi: Model Alir .....	56
Gambar 3.3	Komponen Arus Komunikasi: Model Interaktif.....	58
Gambar 4.1	<i>Spectrum Color Ligting</i> .....	85
Gambar 4.3	Mobil Klasik 90-an.....	88
Gambar 4.4	Set Restoran .....	88
Gambar 4.5	Efek <i>Daydreaming</i> .....	89
Gambar 4.6	Efek Salju.....	89
Gambar 4.7	<i>Tone and Manner Execution</i> .....	90

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Latar Belakang Masalah

Strategi Kreatif merupakan sebuah cara atau metode yang digunakan untuk mengembangkan sebuah ide yang kita miliki. Strategi kreatif merupakan sebuah pemikiran yang terintegrasi dari sebuah tim kreatif suatu *project*. Dengan strategi kreatif yang tepat, dapat menjadi sebuah produk yang menarik.

Menurut Kartika, strategi kreatif adalah sebuah rancangan yang dibuat oleh sebuah bidang kreatif dalam sebuah program dengan harapan strategi kreatif sendiri dapat membuat sebuah acara menarik untuk ditonton (Hasanah & Sya'dian, 2020). Sedangkan Werner Reinartz dan Peter Saffert, menjabarkan bahwa kreatif adalah sebuah pemikiran berbeda berbentuk kemampuan menemukan solusi yang tidak biasa terhadap suatu *problem* (Fachrudin, 2018).

Strategi kreatif penting karena sebagai dasar dalam menyusun sebuah fondasi dari ide- ide yang muncul untuk dikembangkan ke dalam suatu *project* yang ada. Kegunaan strategi kreatif sendiri adalah untuk pengembangan dari ide-ide yang sudah ada yang kemudian direalisasikan ke dalam sebuah *project* yang dikerjakan baik itu di media televisi, radio maupun media lainnya sehingga dapat dikemas menjadi sesuatu yang menarik perhatian audiensnya.

Strategi kreatif juga digunakan dalam sebuah produk komunikasi seperti televisi, radio dan film maupun produk komunikasi massa lainnya. Salah satunya adalah video klip. Video Klip sendiri adalah salah satu media promosi yang sangat ideal dan merupakan program musik yang disponsori oleh produksi rekaman musik

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berlabel dengan tujuan untuk mempublikasikan penyanyi dan sebuah lagu yang memiliki potensi disukai khalayak (Fachrudin, 2018).

Para kreator sendiri mencari ide atau inspirasi sehingga mendapatkan ide sentral untuk dikembangkan menjadi konsep. Kreator perlu mendengarkan lagu yang dibuat klipnya sambil mencari ide yang bagus. Ide tersebut dikaitkan dengan pengalaman hidup sendiri, yaitu apa yang dilihat, apa yang disentuh, apa yang dirasakan, apa yang dinikmati, apa yang didengarkan, dan apa yang direnungkan. Seluruhnya merupakan proses dari penjelmaan imajinasi verbal.

Selanjutnya, ide tersebut didiskusikan dengan grup band dan sutradara, kameraman, dan juga model. Hal-hal yang perlu dibicarakan antara lain: tema, *property*, pemilihan model, cerita video klip tersebut, bahkan sampai *angle* yang terbaik. Kebanyakan video klip yang ada memiliki konsep yang sama yaitu mesra-mesraan dengan pasangannya, lalu disakiti, terdapat adegan bertengkar, kemudian mereka putus atau selingkuh.

Video klip atau video musik pada dasarnya memiliki lima bahasa yang universal, yaitu: bahasa ritme (irama), bahasa musikalisasi (*instrument*), bahasa nada, bahasa lirik dan bahasa *performance*. Seluruhnya masuk dalam satu lagu dengan uraian nada dari penyanyi atau instrument tertentu. Oleh sebab itu, untuk mendapatkan ide kreatif yang sesuai dengan lagu yang akan diproduksi klipnya, perlu dipahami bahasa tersebut di atas (Fachrudin, 2018).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Memahami bahasa ritme, yaitu kita benar-benar mengerti tempo birama dari lagu tersebut; apakah *slow beat*, *fast beat*, *middle beat*, atau perpaduan semuanya. Rasakan birama nada. Resapi dengan ketukan kaki untuk mendapatkan tempo yang tepat.
2. Pada proses musikalisasi, seorang video *clipper* harus mempunyai wawasan tentang musik yang cukup. Jenis musik, alat musik, sejarah musik hingga urusan profil dan karakter para pemain band. Hal ini sangat penting agar tidak ada kesalahan persepsi antara audio dan visual.
3. Mempelajari bahasa nada dan alunan nada-nada sangatlah penting. Rasakan dengan hati dan mengerti lagu dengan menyanyikannya sambil mandi, berkendara di jalan, hingga lafal setiap alunan nadanya.
4. Perhatikan bahasa lirik dan lagu. Seorang video *clipper* dituntut mempunyai sebuah imajinasi visual terhadap lirik dan lagu walaupun tidak harus secara verbal. Jika ada lirik yang mengungkapkan kata ‘cinta’ maka sebagai simbolisasi tidak harus dengan bunga, warna merah muda, atau hati.
5. Bahasa *performance* (penampilan). Perhatikan penampilan sang penyanyi lagu yang akan diproduksi klipnya. Pahami karakter pemusik, penyanyi, pemain *band*, baik dari latar belakang musiknya, hingga ke profil fisiknya.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ada beberapa Video klip yang menarik yaitu: Lathi- Sara fajira *feat* Weird

Genius, Aku Lelakimu, dan Bintang di Surga. Video klip yang pertama adalah Lathi



ada hal yang menarik yaitu: di bagian thumbnail menggunakan efek *black and white* serta penggunaan efek animasi berupa adanya keluarnya efek petir dan asap serta penggunaan *angle* yang diambil dari sisi tengah serta Teknik pengambilan gambar secara *zoom in*, *zoom out*, *close up focus* pada objek serta adanya efek bertema horor atau seram seperti efek asap hitam yang memiliki makna ingin menyampaikan sesuatu atau mengkomunikasikan sesuatu dan adanya beberapa tambahan efek seperti wayang dan api yang membuat video tersebut berkesan menarik perhatian para audiensnya serta adanya alur cerita yang naik turun seakan mengajak kita untuk berpikir dan penasaran akan hal apa yang sudah terjadi.

Kemudian, selanjutnya adalah Aku Lelakimu, ada hal menarik yang peneliti dapatkan yaitu adanya penggunaan efek visual berupa *grayscale* yang dimana memberi gambaran seseorang yang sedang mengalami sesuatu yang tidak mengenakan pada dirinya. Teknik pengambilan gambar yang digunakan secara *zoom in* pada beberapa scene yang menunjukkan fokus kepada kedua individu kemudian penggunaan *credit text* seperti enam bulan kemudian memberi kesan akan apayang terjadi di enam bulan kemudian. Adanya penggunaan *single screen* yang digabungkan pada saat Virzha menyanyi yang menandakan *flashback* terhadap peristiwa yang terjadi sehingga alur cerita yang dibuat menjadi kompleks dan menarik yang membuat penonton terbawa suasana ditambah adanya pemakaian efek *flare* pada beberapa *scene* sehingga gambar tersebut terlihat seperti ada garis-garisnya dan penggunaan *lightningnya* dengan teknik *key lightning* yang dimana pada Video klip ini hanya memakai satu penempatan cahaya dan disorot di wajah orang tersebut tanpa adanya bantuan dari *lightning* lain.

Video klip yang ketiga adalah Bintang di Surga. Hal yang membuat Video klip tersebut menarik adalah penggunaan efek CGI pada Video klip tersebut dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penggunaan cahaya yang simpel yaitu dengan pengambilan cahaya dari samping atau *side lightning* yang ditambah dengan adanya *back lightning* dan *fill lightning*. Teknik pengambilan yang digunakan adalah *close up shoot* dan *medium shoot* di setiap *scene* Video Klip serta penggunaan robot CGI yang membuat Video Klip tersebut indah dan terkesan futuristik serta alur cerita dibuat maju mundur sehingga menjadi menarik.

Tahun 2019, AVCD mengeluarkan video klip yang berjudul “Tak Ingin Pisah Lagi”. Dilihat dari *scene per scene* yang ada, dari sisi *thumbnail*-nya menggunakan efek neon yang menggambarkan anak muda atau kekinian serta penggunaan efek penggunaan *lightning neon* berwarna ungu dan merah yang terdapat di setiap *scene* memaknai cinta yang menggebu-gebu serta menambah nuansa *old* dari video tersebut dan penambahan efek salju. Dalam video klip ini juga, pembuatan alur ceritanya dibuat kompleks dan menarik sehingga memiliki kesan yang membuat penonton penasaran dan terbawa suasana.

Hal menarik lainnya adalah teknik pengambilan gambar secara *panning* agar gambar yang diambil serasa tidak membosankan, penggunaan efek *blur* pada *scene* yang mengingatkan pada tayangan-tayangan masa lalu. Kemudian, terdapat *scene* ketika mereka berada di dalam mobil dan penggunaan mobil tahun 90-an. Lalu di salah satu *scene* dimana pada waktu Marion Jola dan Rizky Febian bernyanyi mereka terlihat seperti ada dua dengan menggunakan teknik *masking* yang dimana teknik pengambilan gambar tersebut diambil secara pisah dan kemudian digabungkan menjadi satu.

Dilihat dari penjelasan di atas, penelitian ini berfokus kepada strategi kreatif yang digunakan oleh AVCD films dalam memproduksi video klip tersebut. Maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penelitian ini akan spesifik meneliti mengenai: “Strategi Kreatif Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola”.

## B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Kreatif Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola?”.

## C. Identifikasi Masalah

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh AVCD dalam tahapan Pra Produksi?
2. Bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh AVCD dalam tahapan Produksi?
3. Bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh AVCD dalam tahapan Pasca Produksi?

## D. Tujuan Penelitian

Bedasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah akan mengetahui strategi kreatif yang digunakan dalam pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi.

## E. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian mengenai Strategi Kreatif yang digunakan oleh pembuat video klip.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## 2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini akan memberikan masukan bagi pembuat video klip mengenai strategi kreatif yang digunakannya dalam membuat video klip tersebut. Namun, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pembuat video klip mengenai strategi kreatif yang diterapkan.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Strategi Kreatif

Strategi Kreatif adalah merupakan sebuah cara atau metode yang digunakan untuk mengembangkan sebuah ide yang kita miliki. Strategi kreatif merupakan sebuah pemikiran yang terintegrasi dari sebuah tim kreatif suatu *project*. Dengan strategi kreatif yang tepat, dapat menjadi sebuah produk yang menarik.

Menurut Rano, Strategi Kreatif adalah sebuah proses untuk mengomunikasikan pesan yang akan disampaikan melalui pendekatan gambar maupun kata (Suprpto, 2015). Sedangkan kreativitas, menurut Werner Reinartz dan Peter Saffert, merupakan pemikiran yang berbeda berbentuk kemampuan menemukan solusi yang tidak biasa. Menurut *Creative Education Foundation*, pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (sekelompok orang) memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya (Fachrudin, 2018).

Dalam memproduksi sebuah video klip, proses pra produksi sangatlah diperlukan. Pra Produksi sendiri merupakan perencanaan dan detail petunjuk pelaksanaan produksi konten audiovisual harus dibuat terlebih dahulu. Perencanaan pengambilan gambar, *storyboard*, sehingga memiliki panduan dalam mengatur *shot* pada program berita televisi cukup riset, daftar harapan/

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*wishlist* (urutan visual/*shoot list* adalah bentuk sederhana dari *story board*).  
(Fachruddin, 2017)

Ide liputan dibahas dalam sebuah rapat redaksi (setelah program berita ditayangkan atau sore hari) yang terdiri produser program, kordinator liputan, kordinator daerah, kordinator juru kamera, penyiar, dan produser eksekutif membicarakan setiap ide liputan dan menimbanginya dari berbagai hal. Pembahasan rapat termasuk fokus pada informasi yang harus diperoleh gambar harus direkam, dan narasumber yang harus diwawancarai (Fachruddin, 2017).

Pada proses produksi, ide/rencana yang dibuat dengan *wishlist* setelah disepakati redaksi bisa jadi berbeda dengan kondisi di lapangan. Redaksi dan jurnalis televisi melakukan komunikasi terus untuk memantau perkembangan setiap isu penting dan menarik. Realita narasumber tidak sesuai yang dibayangkan, perkembangan, perkembangan di lapangan yang jauh lebih menarik, dan hal eksternal (alami) yang tak terduga. Maka seorang jurnalis harus memiliki alternatif rencana, sehingga proses produksi bisa berjalan sesuai rencana. Serta memastikan ketersediaan materi berita tidak kehilangan momentum apalagi kompetitor terkuatnya (Fachruddin, 2017).

Yang terakhir yaitu proses pasca produksi, pada tahap ini menjelang berita on air, rapat redaksi (istilahnya: *budgeting*) menyusun komposisi berita berdasarkan kebijakan redaksi dalam sebuah “*rundown* program berita.” Rapat final mengevaluasi urgensi berita dalam *rundown* (akan ditayangkan), apakah sesuai dengan rapat redaksi di awal serta mensinkronkannya dengan situasi terakhir. *Editing* naskah oleh produser dan *editing* gambar oleh editor diproses bersamaan (Fachruddin, 2017).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam tahap ini, segala aspek teknis naskah dan gambar yang akan hadir ke permisa diperhitungkan. Gambar biru (*bluish*), tidak fokus, goyang sedapat mungkin tidak dipergunakan kecuali memiliki nilai berita besar (karya jurnalistik berita) dan gambar yang standar broadcast belum diterima. Adapun narasi harus menghindari “12 hal jangan untuk berita televisi.” *Editor visual* perlu didampingi oleh *reporter* atau produser agar membantu laporan menjadi akurat baik secara narasi maupun audiovisual (Fachruddin, 2017).

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## 2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi (Nurudin, 2017).

Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) (Nurudin, 2017).

Istilah “komunikasi massa” yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana mendefinisikan komunikasi massa. Kata “massa” memiliki banyak arti dan bahkan kontroversial, dan istilah “komunikasi” sendiri masih belum memiliki definisi yang dapat disetujui bersama. Namun demikian. Definisi Gebner (1967) mengenai komunikasi, yaitu interaksi social melalui pesan (*social interaction*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*through messages*), tampaknya merupakan definisi yang dipandang paling sulit dipatahkan, setidaknya definisi itu sangat ringkas dan cukup tepat menggambarkan gejala komunikasi. Namun demikian, terdapat upaya untuk terus mengajukan definisi lainnya agar dapat menggambarkan proses kerja (*working definition*) serta sifat-sifat komunikasi secara umum (Morissan, 2010).

Istilah ‘massa’ menggambarkan sesuatu (orang atau barang) dalam jumlah besar, sementara ‘komunikasi’ mengacu pada pemberian dan penerimaan arti, pengiriman dan penerimaan pesan. Salah satu definisi awal komunikasi oleh Janowitz (1960) menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan Teknik dimana kelompok- kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarkan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen. Definisi menurut Janowitz ini berupaya untuk menyamakan kata ‘komunikasi massa’ dengan pengiriman (transmisi) pesan yang hanya berkenaan menekankan pada aspek pengiriman saja, definisi ini tidak memasukkan aspek respon dan interaksi (Morissan, 2010).

Proses komunikasi massa tidaklah sama dengan media massa (organisasi yang memiliki teknologi yang memungkinkan terjadinya komunikasi massa). Media massa juga dapat dimanfaatkan untuk tujuan perseorangan atau organisasi. Media massa yang membawa pesan-pesan *public* kepada masyarakat juga dapat juga dapat memuat pesan-pesan pribadi, seperti ucapan terima kasih, ucapan selamat atau duka cita yang sifatnya pribadi. Dengan demikian, telah terjadi penyatuan komunikasi dimana garis batas antara bidang dan publik dan pribadi serta komunikasi skala luas dan komunikasi individu semakin tidak jelas batasnya. (Morissan, 2010).

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bisa jadi pula beberapa definisi yang tidak menyebutkan internet dalam definisi komunikasinya karena definisi itu dibuat beberapa puluh tahun yang lalu ketika internet belum mewabah seperti sekarang ini. Maka, sah-sah saja jika kita memasukkan internet dalam bentuk komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film (film bioskop dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera). Selain itu, komunikasi massa juga memiliki beberapa karakteristik, diantaranya:

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga**

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud di sini menyerupai sebuah sistem. Sebagaimana kita ketahui, sistem itu adalah “Sekelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi” (Nurudin, 2017).

Di dalam komunikasi massa, komunikator merupakan lembaga media massa itu sendiri. Itu artinya, komunikatornya bukan orang per orang seperti wartawan misalnya. Wartawan merupakan salah satu bagian dari sebuah lembaga. Wartawan sendiri bukan seorang komunikator dalam komunikasi massa. Ia adalah orang yang sudah terinstitusikan/dilembagakan (*institutionalized person*). Artinya, berbagai sikap dan perilaku wartawan sudah diatur dan harus tunduk pada sistem yang sudah diciptakan dalam saluran komunikasi massa tersebut (Nurudin, 2017).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Komunikasikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Untuk memetakan secara jelas mengapa komunikasi dalam komunikasi massa itu heterogen bisa dimulai dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio, dan siapa pengguna internet? Oleh karena itu, komunikasi dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula (Nurudin, 2017).

Namun, mereka adalah komunikasi televisi. Tidak perlu jauh-jauh, misalnya anda menonton acara tersebut di tengah keluarga anda; misalnya anda sendiri dengan bapak dan kakak. Dari jenis kelamin bisa jadi sama, tetapi dari jenjang pendidikan, umur, status sosial berbeda satu sama lain. Jadi, heterogenitas ini banyak macamnya, meskipun tidak semua heterogenitas itu harus melekat pada diri komunikasi (Nurudin, 2017).

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik *audience*/komunikasi sebagai berikut:

- a. *Audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
- b. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Di samping itu, antar individu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
- c. Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal (Nurudin, 2017).

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Pesannya Bersifat Umum

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu. Kita bisa melihat televisi, misalnya. Karena televisi ditujukan untuk dinikmati oleh orang banyak, pesannya harus bersifat umum (Nurudin, 2017).

Misalnya dalam pilihan kata-katanya, sebisa mungkin memakai kata-kata populer bukan kata-kata ilmiah. Sebab, kata ilmiah merupakan monopoli kelompok tertentu. Meskipun di dalam televisi dikhususkan untuk kalangan tertentu (misalnya program acaranya), televisi perlu menyediakan acara lain yang sifatnya lebih umum. Ini penting agar televisi tidak kehilangan ciri khasnya sebagai saluran komunikasi massa. Yang menjadi masalah saat ini adalah, sudah banyak majalah yang dikhususkan pada anak-anak, remaja, atau orang yang mempunyai hobi tertentu.

Contoh majalah anak-anak adalah Bobo, Mentari Putra Harapan, Korcil, dan lain-lain. Majalah ini khusus untuk anak-anak. Apakah majalah-majalah tersebut masih termasuk dalam ciri komunikasi massa? (Nurudin, 2017).

### 4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respons kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya, kita mengirimkan ketidaksetujuan pada berita itu melalui rubrik surat pembaca. Jadi, komunikasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*) (Nurudin, 2017).

Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat dan semakin beragamnya sajian mata acara di televisi, bukankah komunikasi bisa dilakukan dengan dua arah? Misalnya, anda melihat acara “Bundesliga” di RCTI. Ketika acara akan berakhir, biasanya ada kuis tebak gambar atau menjawab persoalan lain seputar sepak bola di Liga Jerman. Anda kebetulan berpartisipasi untuk menjawab persoalan itu lewat pesawat telepon (Nurudin, 2017).

Apakah dengan kasus ini masih bisa dikatakan bahwa komunikasi berjalan satu arah? Sebab, bukankah ketika seseorang menelepon komunikasinya berjalan dua arah?. Jadi, jika dalam komunikasi massa ada komunikasi dua arah, sebisa mungkin komunikasi tersebut harus terlibat dalam proses komunikasi dua arah itu. Padahal, sulit bukan?. Oleh karena itu, ciri komunikasi dalam komunikasi massa tetap harus dikatakan berjalan satu arah (Nurudin, 2017).

##### 5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ini adalah salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya. Bahwa dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif. Majalah atau media sebagai contohnya. Surat kabar bisa dibaca di tempat terbit pukul lima pagi, tetapi di luar kota baru pukul enam pagi. Namun, harapan komunikator dalam komunikasi massa, pesan tetap ingin dinikmati secara bersamaan oleh para pembacanya. Tidak terkecuali bahwa pesan tersebut (lewat surat kabar) disebar (didistribusikan) oleh media cetak secara bersamaan pula (Nurudin, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keserempakan ini sangat terasa kalau kita mengamati media komunikasi

massa lain seperti internet. Melalui perantara media ini, pesan akan lebih cepat disiarkan. Pertandingan sepak bola Liga Italia Seri A atau Liga Jerman yang disiarkan hari Minggu dini hari sudah bisa dinikmati di internet beberapa jam kemudian. Televisi baru menyiarkannya paling cepat jam enam pagi ketika stasiun itu mengudarakan siaran berita. Surat kabar pagi jelas tidak mungkin dan baru keesokanpaginya (hari Senin) bisa menyiarkannya (Nurudin, 2017).

## 6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Televisi disebut media massa yang kita bayakangkan saat ini tidak akan lepas dari pemancar. Apalagi dewasa ini sudah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantara satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronik seperti televisi. Bahkan, saat ini sudah sering televisi melakukan siaran langsung (*live*), dan bukan siaran yang direkam (*record*) (Nurudin, 2017).

Radio juga sangat membutuhkan stasiun pemancar atau *relay*. Pemancar adalah peralatan teknis yang dibutuhkan radio. Di dalam media surat kabar, dengan SCJJ, peran satelit juga tidak dapat dianggap enteng. SCJJ tidak akan terlaksana tanpa bantuan peralatan teknis seperti halnya satelit meskipun ada peralatan teknis lain yang sifatnya lebih sederhana seperti mesin cetak. Untuk saat ini, peralatan teknis semakin kompleks seperti yang dimiliki oleh jaringan internet. Dalam jaringan internet di samping dibutuhkan data sebagai bahan dalam internet, dibutuhkan juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perangkat *computer*, telepon, modem, dan jaringan satelit untuk memudahkan pengiriman pesannya. Peralatan teknis merupakan sebuah keniscayaan yang sangat dibutuhkan media massa (Nurudin, 2017).

## 7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*

*Gatekeeper* atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarakan lebih mudah dipahami. Mengapa *gatekeeper* itu sedemikian penting sehingga menjadi ciri dalam komunikasi massa?

Sebagaimana kita ketahui, bahan-bahan, peristiwa, atau data yang menjadi bahan mentah pesan yang akan disiarkan media massa beragam dan sangat banyak. Tentu tidak semua bahan tersebut bisa dimunculkan. Di sinilah perlu ada pemilahan, pemilihan, dan penyesuaian dengan media yang bersangkutan. Misalnya, televisi sangat berkepentingan untuk melihat gerak isyarat dari para kandidat calon presiden ketika melakukan kampanye (Nurudin, 2017).

*Gatekeeper* yang dimaksud antara lain *reporter*, *editor* film/surat kabar/buku, manajer pemberitaan, penjaga rubrik, kameramen, sutradara, dan lembaga sensor film yang semuanya memengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam pesan-pesan dari media massa masing-masing. *Gatekeeper* ini juga berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data, dan mengurangi pesannya. Intinya, *gatekeeper* merupakan pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Semakin kompleks sistem media yang dimiliki, semakin banyak pula *gatekeeping* (pemalangan pintu atau penapisan informasi) yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dilakukan. Bahkan bisa dikatakan, *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesan yang disebarkannya pun tergantung pada fungsi penapisan informasi atau pemalangan pintu (Nurudin, 2017).

Media massa yang ada saat ini dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi majalah, tabloid, dan koran. Sedangkan, media elektronik meliputi televisi, radio, dan internet. Semakin berkembangnya media yang ada, media cetak mulai ditinggalkan dan beralih ke media digital yang memuat berbagai konten berupa berita dan gossip yang sedang hangat (Nurudin, 2017).

Menurut Denis McQuail menjelaskan proses komunikasi massa yang sekaligus menjelaskan ciri atau karakteristik komunikasi massa sebagai berikut: (Morissan, 2010)

1. Ciri utama yang paling jelas yang dimiliki media massa adalah bahwa institusi ini dirancang untuk dapat menjangkau masyarakat luas. Potensi audien dipandang sebagai kumpulan orang dalam jumlah besar yang memiliki sifat tidak saling mengenal satu sama lain. Begitu pula hubungan antara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*) adalah tidak saling mengenal.
2. Pengirim, dalam hal ini adalah organisasi media massa atau komunikator profesional, seperti wartawan, penyiar, produser, artis, dan sebagainya yang bekerja untuk organisasi media massa bersangkutan. Pengirim dapat pula terdiri atas suara-suara di masyarakat yang diberikan kesempatan untuk menggunakan saluran media massa, baik dengan cara membayar ataupun gratis, seperti pemasang iklan, politisi, pendakwah, pejabat, dan sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu pihak (*one sided*) dan tidak ditujukan kepada orang-orang tertentu saja (*impersonal*) dan terdapat jarak sosial dan jarak fisik yang memisahkan kedudukan pengirim dan penerima pesan.
4. Pengirim pesan biasanya memiliki lebih banyak otoritas, keahlian dan juga gengsi (*prestige*) dibandingkan penerima pesan.
5. Hubungan antara pengirim dan penerima pesan tidak saja bersifat asimetris, namun juga kalkulatif dan manipulatif. Pada dasarnya, hubungan antara pengirim dan penerima pesan adalah bersifat non-moral, yang didasarkan atas jasa yang dijanjikan atau diminta melalui kontrak tidak tertulis, namun tidak ada keharusan untuk memenuhinya.
6. Pesan komunikasi massa memiliki ciri-ciri dirancang dengan cara yang sudah distandarkan (produksi massa) dan kemudian diproduksi jumlah banyak. Pada umumnya, pesan media massa merupakan produk kerja yang memiliki nilai tukar di pasaran media dengan nilai kegunaan bagi penerimanya, yaitu konsumen media. Dengan demikian, pesan media merupakan komoditi, yang dalam hal ini berbeda dengan tipe pesan yang ada hubungan komunikasi lainnya.
7. Audien media massa terdiri atas kumpulan besar atas kumpulan besar orang yang terletak tersebar dan bersifat pasif karena tidak memiliki kesempatan untuk memberikan respons atau berpartisipasi dalam proses komunikasi dengan cara yang alami (*orisinil*).
8. Audien media massa pada umumnya menyadari bahwa mereka adalah bagian dari audien yang lebih besar, namun mereka memiliki hubungan atau pengetahuan terbatas dengan audien lainnya.
9. Audien yang bersifat massa itu terbentuk sementara waktu karena adanya hubungan yang bersifat serentak dengan pengirim (sumber), sedangkan

**© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

eksistensi audien itu sendiri tidak pernah ada kecuali dalam catatan dalam catatan industri media (Morissan, 2010).

### 3. Video Klip

Video Klip adalah salah satu media promosi yang sangat ideal dan merupakan program musik yang disponsori oleh produksi rekaman *music* berlabel dengan tujuan untuk mempublikasikan seorang penyanyi dan sebuah lagu yang memiliki potensi disukai khalayak (Fachrudin, 2018).

Penyanyi atau lagu yang biasa berpotensi menjadi populer atau penyanyi dan lagu favorit menjadi target mendapatkan keuntungan besar melalui video klip. Video klip yang ditayangkan sebagai *commercial break* oleh stasiun televisi berarti iklan komersil. Akan tetapi, stasiun televisi kelas atas akan gengsi menayangkan sebagai selingan pada *commercial break* untuk target pendapatan (Fachrudin, 2018).

Relatif sangat sedikit perhatian yang diberikan kepada *music* sebagai media massa dalam teori dari penelitian. Mungkin karena dampaknya terhadap masyarakat tidaklah jelas, tetapi juga tidak ada berhentinya kemungkinan yang ditawarkan penerus teknologi rekaman dan reproduksi/penyebaran. Rekaman musik bahkan tidak memiliki label yang nyaman untuk menggambarkan perwujudan media yang banyak, walaupun istilah fonogram sudah disarankan untuk media yang meliputi musik yang diakses melalui pemutar kaset, pemutar CD, VCR, siaran, kabel dan seterusnya (McQuail, 2019).

Karya video klip merupakan bentuk seni performa yang sangat *independent*, karena konsumen penikmatnya bisa dari beragam kalangan karena media penyalurannya juga variatif. Sehingga kebebasan klipper mengekspresikan jiwa seninya dapat dikategorikan menjadi dua konsep dasar kreatif visual, yaitu:





(a) Video Klip bernuansa verbal.

**C** Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Konsep Video Klip bernuansa verbal maksudnya klipper harus menentukan konsep dasar kreatif sebelum proses pembuatan sketsa gambar, yaitu gaya desain penggambaran akan disesuaikan dengan lirik dimana antara gambar dan lirik saling menyatu. Contohnya: Video Klip Lionel Ritchie dan Shania Twain yang berjudul “*Endless Love*” mengisahkan perjalanan cinta terpisahkan dengan lokasi yang jauh, dilambangkan dengan bingkai/*frame* sang kekasih Wanita hingga akhirnya dapat menyatu dilatarbelakangi dengan pantai yang indah (Fachrudin, 2018).

(b) Video Klip bernuansa simbol.

Konsep video klip berbahasa simbol tidak mepedulikan keselerasan antara gambar dan lirik atau tidak ada hubungan diantara keduanya. Kliper membahasakan lagu dalam simbol-simbol yang mengikuti seni penampilan kreasinya sendiri. Misalnya, menunjukkan pria sejati dengan sepeda gunung.

Contoh: Video Klip Lagu Tulus yang berjudul “sepatu” memberikan isyarat symbol yang sulit ditangkap. Namun, pada realitanya, para klipper akan kreativitas membuat video klip sangat dominan mengemasnya dengan nuansa verbal. Sedangkan video klip berbahasa simbol menjadi semakin indah dan memuaskan konsumen. Di Indonesia, video klip merupakan program hiburan ringan yang sebagian besar targetnya untuk komersil. Ketika konsumennya didominasi kelas menengah ke bawah, maka bahasa simbol sangat sulit untuk dimengerti oleh penonton (Fachrudin, 2018).



Para kreator sendiri mencari ide atau inspirasi sehingga mendapatkan ide sentral untuk dikembangkan menjadi konsep. Kreator perlu mendengarkan lagu yang dibuat klipnya sambil mencari ide yang bagus. Ide tersebut dikaitkan dengan pengalaman hidup sendiri, yaitu apa yang dilihat, apa yang disentuh, apa yang dirasakan, apa yang dinikmati, apa yang didengarkan, dan apa yang direnungkan. Seluruhnya merupakan proses dari penjelmaan imajinasi verbal (Fachrudin, 2018).

Selanjutnya, ide tersebut didiskusikan dengan grup band dan sutradara, kameraman, dan juga model. Hal-hal yang perlu dibicarakan antara lain: tema, *property*, pemilihan model, cerita video klip tersebut, bahkan sampai *angle* yang terbaik. Kebanyakan video klip yang ada memiliki konsep yang sama yaitu mesra-mesraan dengan pasangannya, lalu disakiti, terdapat adegan bertengkar, kemudian mereka putus atau selingkuh (Fachrudin, 2018).

Video klip atau video musik pada dasarnya memiliki lima bahasa yang universal, yaitu: bahasa ritme (irama), bahasa musikalisasi (*instrument music*), bahasa nada, bahasa lirik dan bahasa *performance*. Seluruhnya masuk dalam satu lagu dengan uraian nada dari penyanyi atau instrument tertentu. Oleh sebab itu, untuk mendapatkan ide kreatif yang sesuai dengan lagu yang akan diproduksi klipnya, perlu dipahami bahasa tersebut diatas (Fachrudin, 2018).

Memahami bahasa ritme, yaitu kita benar-benar mengerti tempo birama dari lagu tersebut; apakah *slow beat*, *fast beat*, *middle beat*, atau perpaduan semuanya. Rasakan birama nada. Resapi dengan ketukan kaki untuk mendapatkan tempo yang tepat. Pada proses musikalisasi, seorang video *clipper* harus mempunyai wawasan tentang music yang cukup. Jenis musik, alat musik, sejarah musik hingga urusan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





profil dan karakter para pemain band. Hal ini sangat penting agar tidak ada kesalahan persepsi antara audio dan visual (Fachrudin, 2018).

Mempelajari bahasa nada dan alunan nada-nada sangatlah penting. Rasakan dengan hati dan mengerti lagu dengan menyanyikannya sambil mandi, berkendara di jalan, hingga lafal setiap alunan nadanya (Fachrudin, 2018).

Perhatikan bahasa lirik dan lagu. Seorang video *clipper* dituntut mempunyai sebuah imajinasi visual terhadap lirik dan lagu walaupun tidak harus secara verbal. Jika ada lirik yang mengungkapkan kata ‘cinta’ maka sebagai simbolisasi tidak harus dengan bunga, warna merah muda, atau hati (Fachrudin, 2018).

#### 4. Bahasa Performance

Perhatikan penampilan sang penyanyi lagu yang akan diproduksi klipnya. Salami karakter pemusik, penyanyi, pemain band, baik dari latar belakang musiknya, hingga ke profil fisiknya (Fachrudin, 2018).

Rekaman dan pemutaran musik dimulai sekitar tahun 1880 dan rekaman cukup cepat menyebar, berdasarkan daya tarik yang luas dari lagu dan melodi populer. Popularitas dan penyebaran mereka dihubungkan dengan piano yang sudah ada di rumah. Kebanyakan konten radio sejak awal terdiri atas musik dan terlebih lagi sejak munculnya televisi. Meskipun berangsur-angsur terdapat kecenderungan bagi fonogram untuk menggantungkan pembuatan musik pribadi, tidak pernah ada jarak yang besar antara musik yang termediasi- massa dan pribadi, dan kesenangan langsung khalayak dari menyaksikan pertunjukan musik langsung. Fonogram membuat segala jenis musik dapat diakses lebih banyak di setiap waktu dan di berbagai tempat, tetapi sulit untuk membedakan perubahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang mendasar dari karakter umum pengalaman musik populer, meskipun adanya perubahan dalam genre dan gaya (McQuail, 2011).

Meskipun demikian, terdapat perubahan besar dalam karakter fonogram sejak awalnya. Perubahan pertama adalah tambahan rekaman fonogram bagi siaran musik yang tersedia dan memperluasnya kepada lebih banyak orang daripada akses yang dimiliki gramofon atau kotak musik. Perubahan radio dari media untuk keluarga ke media massa pada masa revolusi pasca perang adalah perubahan besar yang kedua yang membuka pasar baru anak muda yang kemudian menjadi industri rekaman yang tumbuh dengan cepat. Setiap perkembangan setelah itu—pemutar kaset portable, Walkman, Sony, CD, video musik dan iPod memberikan lebih banyak variasi yang masih bedasarkan khalayak muda yang mendominasi. Hasilnya adalah industri media massa yang sangat saling terhubung dengan pemilikan terkonsentrasi antar negara. Meskipun demikian, media musik memiliki dimensi radikal dan kreatif yang signifikan berkembang, meskipun semakin komersialisasi. Tumbuhnya pengunduhan musik dan berbagi melalui internet menambah macetnya distribusi dan secara serius menantang kekuatan pemilik musik (McQuail, 2011).

Dalam proses memproduksi video klip sebagai karya artistik harus mengikuti standar operasional prosedur yang sama dalam memproduksi program televisi. Berikut adalah beberapa tahapan yang harus dilakukan, yaitu: (Fachrudin, 2018)

1. Proposal dan *Story Board*

Dalam memproduksi video klip, hal pertama yang harus dilakukan adalah menuangkan ide dan konsep dalam proposal dan *story board*, karena dari proposal dan *story board* seorang sutradara video klip dapat



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

mengungkapkan imajinasinya melalui struktur proposal serta gambar-gambar konsep visual yang bercerita (Fachrudin, 2018).

Membuat proposal berarti menyampaikan sumber inspirasi secara detail sebagai unsur-unsur penting video klip yang akan diproduksi, yaitu synopsis (ide dan *treatment*), *point of view*, *main character* (artis/tokoh), perkiraan biaya, dan rencana lama *shooting* (tempat dan waktu). Selanjutnya, proposal sebagai pondasi cerita video klip diilustrasikan melalui *story board* sebagai kerangka terstruktur yang menjabarkan cerita/sketsa gambar secara verbal/tertulis sehingga mudah dianalisis/koreksi agar sesuai dengan alur cerita yang sinkron dengan gambar serta ritme lagu klipnya (Fachrudin, 2018).

Proposal dan *story board* merupakan materi yang akan dipromosikan kepada klien klip, yaitu produser rekaman musik. Konsep proposal dan *story board* bisa berawal dari klip dan artis/musisi yang berkeinginan mengeluarkan album lagunya melalui produser rekaman musik atau sebaliknya merupakan pesanan dari sang investor. Proposal dan *story board* harus didiskusikan oleh seluruh kru produksi untuk memberikan pemahaman dan keseragaman persepsi arah produksi video klip dimaksud. Termasuk kemungkinan adanya saran dan kritik untuk kesempurnaan video klip tersebut (Fachrudin, 2018).

2. Penentuan Lokasi dan Set shooting

Seorang klip harus memutuskan dan mempertimbangkan konsep *story board*-nya akan dieksekusi *indoor* atau *outdoor* sejak di proposal. Apabila memilih *outdoor production* maka *story board* memerlukan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

penggambaran yang sesuai dengan lokasi tempat *shooting* yang akan berlangsung terutama dengan alam sekitar. Maka diperlukan survei dan pemahaman tentang lokasi yang sangat detail dan matang karena hal ini akan menjadi penentu isi gambar *story board*. *Outdoor production* (pemandangan luar) cenderung memanfaatkan segala properti dan nuansa alam yang sudah ada dan cenderung yang lebih banyak diadopsi adalah natural keunikan alam atau lingkungannya (di pantai, pasar, gunung, dan sebagainya) (Fachrudin, 2018).

Sedangkan lokasi *indoor production* ada dua pemahaman, yaitu *indoor/indoor on place* (café, rumah, gedung perkantoran), yaitu *shooting* dalam ruangan yang secara nyata telah tersedia karena kebutuhan properti meja, kursi, lemari, pajangan, karpet, dan sebagainya memanfaatkan desain artistik ruangan yang telah ada. Apabila ada penambahan properti hanya pelengkap sebagai tuntutan *story board* (Fachrudin, 2018).

Adapun *indoor studio* adalah produksi yang dilaksanakan dalam studio *production house* atau televisi. Penata artistik yang bertugas *men-setting* studio untuk produksi video klip harus membangun set desain sesuai dengan kebutuhan *story board*. *Set* desain terdiri dari set primer, set sekunder, properti, dan ornament. Hal ini menjadikan kemampuan pengembangan seni estetika mendapat peranan besar karena tugas seorang penata artistik haruslah menciptakan, bukan memanfaatkan *set* yang sudah ada (Fachrudin, 2018).

3. Peralatan *Shooting*/Produksi dan Pendukungnya

Peralatan yang dibutuhkan sangat ditentukan oleh klip seperti apa yang akan diproduksi, hanya saja pasti ada alat utama yang harus ada,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

terutama peralatan kamera (jenis apa) dengan kelengkapan seperti *tripod*, *dolly*, *dolly track*, dan *crane*. Semakin berkualitas kameranya semakin baik hasilnya, *production house* profesional akan memprioritaskan kamera namun bagi amatiran yang terpenting kameranya cukup jelas untuk merekam gambar. *Lighting* dengan kelengkapan stang, filter, dan lain sebagainya, untuk *shooting outdoor* bisa tanpa *lighting*. Namun, *lighting* dibutuhkan juga untuk menghilangkan pantulan dan bayangan objek. Mobil genset untuk sumber listrik yang menghidupkan aliran listrik sangat vital dalam produksi *outdoor* (Fachrudin, 2018).

Seperti halnya memproduksi program iklan dan program televisi, semakin baik kamera yang digunakan maka hasilnya pun akan mendapatkan gambar yang sebanding dengan kualitas kameranya. Produser produksi video klip untuk lagu-lagu yang telah populer tentu memprioritaskan menggunakan kamera digital atau kamera film 35mm, seperti halnya membuat iklan *brand* besar. Pemegang lebel studio rekaman merasa nyaman memproduksi video klip tersebut karena lagu dan penyanyinya telah dikenal (Fachrudin, 2018).

Peralatan dan teknologi sangat mendorong munculnya kreativitas klipper, salah satunya video klip bernuansa verbal yang diproduksi dengan kamera SLR Canon EOS 1 DC. Video klip Raisa yang berjudul “*Long Distance Relationship*” menghasilkan kualitas 4k, yaitu visual yang kualitasnya setara dengan layar teater. Video klip ini dibuat di Seoul, Korea Selatan dengan target sebagai ajang promosi produk kamera Photographi Canon SLR 1 DC (Fachrudin, 2018).

4. Pengambilan Gambar dan *Take* Lebih dari Satu Kali

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Setiap gambar yang diambil tentunya berdasarkan *story board* yang telah dibuat. *Shot-shot* untuk video klip sebenarnya tidak ada aturan khusus secara teknis, tetapi dalam instruksi dan istilah-istilah yang dipakai tetap menggunakan aturan secara umum, yaitu sembilan dasar pengambilan *shot* kamera, komposisi gambar dan *framing*. Contohnya, *close up, medium shot, cut, cue, running, golden mean, looking room*, dan sebagainya. Hal ini tentunya untuk memudahkan dalam pelaksanaan teknis saat pra-produksi, produksi, dan *editing*.

*Story board* harus mampu menggambarkan imajinasi visual ke dalam lagu yang dipahami oleh seluruh kru produksi. Namun, ketika proses produksi dilaksanakan kru fokus menjabarkan *story board* yang disesuaikan dengan kondisi di lokasi serta hasil *record* dari *mood* kru di lapangan. Juru kamera diingatkan agar merekam setiap adegan jangan terlalu mepet. Berilah jeda untuk memudahkan pemotongan gambar. Produser atau klipper harus jeli memonitor *camera angle* untuk komposisi yang diinginkan dan selalu mem-*back up* setiap *frame* gambar yang di *record*. Hal ini untuk menghindari kekurangan visual atau gambar yang salah tak terduga sebelumnya.

*Take* suatu adegan harus dilakukan beberapa kali dan dari *angle* yang berbeda-beda agar memiliki banyak variasi gambar. Hal ini dilakukan untuk mempermudah proses *editing*. Lebih baik memilih visual hasil *record* yang berlebihan daripada kekurangan visual di belakang hari. Akan tetapi, visual hasil *record*-nya pun harus lebih dari 80 persen dengan kondisi yang benar. Artinya, perencanaan *story board* yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lengkap diikuti persamaan persepsi seluruh kru terhadap tujuan produksi terkondisi dengan baik pula.

#### 5. *Editing* Video Klip

*Editing* video klip adalah seni menggabungkan gambar dan lirik lagu agar memiliki alur cerita yang sinkron, berenergi, dan memberikan motivasi sesuai dengan imajinasi yang dapat dinikmati bagi pengiat seni musik. Adapun tujuan dalam penyutingan gambar sebagai berikut:

1. Menghilangkan audio dan *footage* atau klip yang tidak diinginkan.
2. Memilih audio dan *footage* yang terbaik.
3. Menghasilkan sebuah alur cerita.
4. Menambahkan efek, grafik, *subtitle*, dan lain-lain.
5. Menyesuaikan *cue frame* dengan birama lirik lagu.
6. Merubah gaya, ritme, dan *mood* dari video.
7. Melihat video dari sudut pandang tertentu (Fachrudin, 2018).

Pada era yang serba digital sekarang, *editing* mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses akhir produksi sebuah video klip. Bahkan *editing* juga dapat mengatasi segala keterbatasan alat pada saat produksi untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan *story board*. Bahkan video klip yang menggunakan teknik *time slape/stop motion*, yaitu visualisasinya hanya menggunakan foto-foto yang disusun secara berurutan dengan teknik *editing adobe photoshop*, menghasilkan karya seni video klip yang menawan.

### **C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Namun, dengan hebatnya teknologi *editing* yang ada seorang video klipper tetap dituntut harus mampu melaksanakan proses produksi semaksimal mungkin tanpa tergantung dari *editing*. Artinya, kreativitas membuat video klip juga harus dikembangkan pada saat *editing* yang serba canggih. Akan tetapi, kreativitas pada saat *editing* menjadi lebih sempurna dengan visual hasil *shooting* yang diperhitungkan dengan daya kreativitas yang mumpuni.

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### B. Penelitian Terdahulu

Untuk melihat perbedaan dengan penelitian lainnya dan sebagai referensi, maka peneliti akan menjabarkan sejumlah penelitian lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Pada bab ini, peneliti akan menggambarkan studi penelitian terdahulu sebagai berikut:

#### 1. *Managing Projects in the TV Production: The Case Of Sweden*

Penelitian pertama berjudul “*Managing Projects in the TV production: The Case Of Sweden*” Oleh Maria Norback dan Rolf A. Lundin. Volume 6. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana manajemen produksi yang diterapkan dalam Industri Proyek media televisi di Swedia. Dalam Industri televisi diperlukan adanya ide dari produser program televisi di Swedia untuk menarik minat penonton berupa adanya proyek pembuatan dengan ide yang menarik seperti yang dilakukan oleh Amerika dalam memproduksi sebuah program baik dalam acara televisi maupun film.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan metode wawancara semi terstruktur dengan mewawancarai 23 responden media televisi di media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti mengenai manajemen Produksi dalam industri proyek media televisi di Swedia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hasil dari penelitian ini adalah adanya ketidakpastian dari media televisi yang melekat dalam proyek perubahan membuat para aktor dalam industri produksi televisi kurang cenderung untuk terlibat di dalamnya.

**2. Strategi Kreatif BW Purba Negara dalam *Casting* dan *Directing* tokoh Mbah Sri dalam Film Ziarah**

Penelitian kedua berjudul “Strategi Kreatif BW Purba Negara dalam *Casting* dan *Directing* tokoh Mbah Sri dalam Film Ziarah”. Oleh Muna Rif’atil Akhlaq dan Sri Wastiwi Setiawati. Universitas Seni Indonesia Surakarta, vol 10 No.1 Desember 2018. Penelitian ini membahas mengenai kisah seorang nenek, Mbah Sri berusia 95 tahun sedang melakukan perjalanan untuk mencari makam suaminya. Mbah Sri berpisah sejak suaminya berpamitan untuk perang dalam Agresi Militer Belanda ke-2. Cita-cita Mbah Sri ketika meninggal nanti, ingin dimakamkan di samping makam suaminya. Akhir cerita, Mbah Sri harus menerima kenyataan bahwa makam suaminya, Prawiro Sahid telah bersanding dengan makam wanita lain, Sutarmi Prawiro Sahid.

Cerita film ini sangat sederhana tetapi mampu meninggalkan kesan mendalam bagi penontonnya melalui pesan yang disampaikan tentang arti sebuah cinta, kepasrahan dan harus dapat berdamai dengan masa lalu. Pesan dalam film ini disampaikan dengan sangat apik melalui penampilan pemeran tokoh utamanya. Salah satu kunci utama untuk menentukan keberhasilan sebuah film adalah penampilan/akting seorang seorang pemain. Penampilan seorang pemain menjadi hal yang sangat penting, karena pemain adalah penerjemah dari naskah ke dalam karya audio-visual.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan uraian tersebut, strategi kreatif yang dilakukan oleh BW Purba

Negara sebagai sutradara film *Ziarah* menarik untuk dikaji, khususnya pada *casting* dan *directing* terhadap mbah Ponco, karena hal ini menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan filmnya. Dalam film ini dibutuhkan suatu kejelian dan strategi kreatif dari sutradara dalam menentukan keberhasilannya. BW Purba Negara mampu membawa Mbah Ponco masuk ke dalam karakter tokoh Mbah Sri yang sebenarnya. Dari uraian tersebut, muncul sebuah rumusan masalah bagaimana strategi kreatif BW Purba Negara sebagai sutradara dalam *casting* dan *directing* tokoh Mbah Sri pada film *Ziarah*.

Metode penelitian yang mengkaji strategi kreatif BW Purba Negara dalam *casting* dan *directing* tokoh Mbah Sri pada film *Ziarah* ini menggunakan metode kualitatif, yang disajikan secara deskriptif. Karakteristik penelitian kualitatif menekankan analisis proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang artinya penelitian dilakukan dengan memusatkan studi pada realitas sebagai produk pikir manusia dengan segala subyektivitas, emosi dan nilai-nilai. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik pengumpulan data secara wawancara, observasi dan studi Pustaka.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**3. Penerapan Strategi Kreatif Dalam mempertahankan Program “ Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia**

Penelitian ketiga berjudul PENERAPAN STRATEGI KREATIF DALAM MEMPERTAHANKAN Program “Buah Hatiku Sayang” DI TELEVISI REPUBLIK INDONESIA oleh Shinta Kristanty dan Gemilang Awal Ramadhan, Vol.12 No. 1 2021. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana penerapan



unsur kreativitas dalam mempertahankan program televisi Buah Hatiku Sayang di Televisi Republik Indonesia. Program format *variety show* yang diproduksi stasiun televisi secara *in house* sudah banyak dan bertahan dengan cukup lama dengan teknik siaran yang menonjolkan format hiburan atau *entertainment* sekaligus mengedukasi pemirsanya dengan pesan bermanfaat melalui dialog dengan bintang tamunya.

Seperti salah satu program format *talkshow* “Buah Hatiku Sayang” yang tayang di Televisi Republik Indonesia (selanjutnya akan disingkat menjadi TVRI) masih bertahan sejak tahun 2015 sampai saat ini, ditengah banyaknya persaingan program *talk show* lainnya. Program yang tayang pada setiap hari Senin sampai Jumat pada pukul 10.00-11.00 WIB menampilkan tema yang berbeda dengan bintang tamu yang berbeda juga sesuai tren yang berkembang di masyarakat. Program “Buah Hatiku Sayang” mengalami perubahan konsep seperti sebelumnya menghadirkan narasumber dengan turut bergabung belajar bersama anak-anak seperti suasana di dalam kelas, dengan tema yang berbeda setiap harinya. Seperti tema keluarga, kesehatan, humanis, karier, dan lain-lain. Dipandu oleh *host* Shanaz Haque dan *co-host* Chipi. Menariknya dengan pergantian konsep program *variety show* Buah Hatiku Sayang yang tayang sejak awal Juni 2015, masih tayang sampai saat ini. Disaat stasiun televisi swasta terfokus mencari keuntungan ekonomi dengan mencari *rating* dan *share*, TVRI fokus tidak terfokus pada hal tersebut, hal ini tampak dari program televisi yang ditayangkan, salah satunya program Buah Hatiku Sayang. Program ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, keragaman, dan hiburan kepada penonton.

Banyaknya persaingan produksi program televisi membuat program Buah Hatiku Sayang harus terus berkreasi dari sisi konsep. Tujuan suatu program siaran

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai. (Latief,2015). Program Buah Hatiku Sayang masih tetap tayang dari 2015 hingga sekarang. Hal ini menjadi alasan ketertarikan peneliti untuk menganalisis strategi pengemasan seperti apa yang diterapkan oleh Program Buah Hatiku Sayang untuk mempertahankan program televisi tersebut.

Memproduksi program format *talk show* yang baik di televisi merupakan suatu kerja keras, karena program itu memerlukan persiapan-persiapan yang cukup banyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi kreatif dalam mempertahankan program televisi Buah Hatiku Sayang. Teori yang digunakan adalah Penerapan Konsep Strategi Kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

Penelitian deskriptif dilakukan dengan deskriptif, menghipun data, menyusun data secara sistematis, faktual dan cermat. Deskriptif tidak menjelaskan hubungan antara variabel, tidak menguji hipotesis atau melakukan prediksi. Paradigma penelitian ini adalah Post-Positivisme. Menurut Agus Salim, semangat dari kemunculan paradigma Post-Positivisme ini adalah keinginan untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan Positivisme yang memang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung atas objek yang diteliti. Secara ontologis, acara pandang aliran ini bersifat *critical realism*. Sebagaimana cara pandang kaum realis, aliran ini juga melihat realitas sebagai hal yang memang ada dalam

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kenyataan sesuai dengan hukum alam, namun menurut aliran ini, adalah mustahil bagi manusia (peneliti) untuk melihat realitas secara benar.

Hasil dari penelitian ini adalah penerapan strategi kreatif dalam mempertahankan Program Buah Hatiku Sayang adalah dengan mengembangkan ide yang sudah ada dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi setiap saat, yaitu memeriksa untuk memberikan penilaian tentang mutu dan kualitas pada tema-tema yang dibawakan. Dengan melakukan perencanaan untuk mengevaluasi, kelemahan yang ada disetiap acaranya serta ancaman-ancaman yang ada. Ide program yang sudah didapatkan lalu mereka kembangkan agar ide kreatif benar-benar dapat memberikan hasil dan bermanfaat.

1. Kreatif dalam menemukan ide. Diawali dengan menentukan jenis penonton berdasarkan karakteristiknya, disesuaikan dengan kebutuhan penonton dan melakukan pembaruan di setiap episodenya.
2. Selalu konsisten dengan tema edukasi pendidikan serta hiburan kepada anak-anak. Fokus pada tujuan untuk mengetahui dan menentukan segmentasi, targeting dan positioning.
3. Kreatif dalam penataan studio, yakni studio ditata dengan konsep dan tema yang selalu baru agar pengisi acara nyaman dan penonton di rumah tidak bosan.
4. Menghadirkan beragam segmen, di antaranya segmen hiburan dan kesenian seperti tarian, nyanyian, pancak silat dan lain lain. Ada juga penambahan segmen dimana anak-anak menceritakan masalah dilingkungannya dan dibantu oleh para *host* untuk mencarikan solusi. Tak hanya belajar, program ini juga mengadakan kuis serta games yang mendidik dan juga ada penambahan badut yang multi talent.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Pergantian *co-host* pada program buah hatiku sayang. *Co-host* yang dipilih

yaitu memiliki sifat yang lucu agar anak-anak dapat tertawa. *Host* pun dipilih yang cerdas, serta dapat memotivasi anak – anak, karena program Buah Hatiku Sayang memang program hiburan anak.

**C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**4. Strategi Kreatif Produksi Acara “Area Dangdut” Terang Abadi Televisi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program**

Penelitian keempat berjudul “Strategi Kreatif Produksi Acara “Area Dangdut” Terang Abadi Televisi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program” oleh Natsir Ahmad Musthofa dan Adolfo Eko Setyanto. Universitas sebelas Maret Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi dan Politik. Penelitian ini membahas mengenai strategi yang dipergunakan dalam memproduksi acara Area Dangdut di Terang Abadi Televisi dalam mempertahankan eksistensi mereka di Surakarta. TATV menampilkan berbagai acara yang dapat dinikmati masyarakat local Surakarta maupun Jawa Tengah.

Program Musik Area Dangdut sendiri banyak dinikmati dan ditonton banyak pemirsa TATV khususnya di Solo maupun Jawa Tengah, karena banyaknya penelfon interaktif dan iklan yang banyak masuk. Seorang produser acara televisi harus mengkaji siapa penonton programnya, apa isi programnya yang akan ditonton, kapan dan mengapa seseorang menonton program acara yang hendak diproduksi. Area dangdut menjadi program lama di TATV.

Di dalam penelitian tersebut, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dan *purposive sampling* yang dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi dalam produksi Area Dangdut dengan penonton atau audien. Data yang diambil oleh peneliti menggunakan Populasi dan sampel.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan strategi yang digunakan produser dalam memproduksi dan mempertahankan eksistensi program “Area Dangdut” TATV. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjadi media pembelajaran bagi para mahasiswa dan orang-orang yang ada di dunia media.

Penulis menggunakan metode wawancara kepada produser dan tim kreatif mereka untuk mengetahui strategi apa yang dipergunakan oleh produser dan tim kreatif dalam memproduksi program acara Dangdut tersebut. Hasil dari penelitian tersebut adalah produser dan tim kreatif melakukan observasi langsung ke lapangan guna untuk mengobservasi dan mewawancarai langsung warga sekitar mengenai musik apa yang mereka sukai dan produser secara langsung membentuk tim produksi pembuatan program Area Dangdut TATV dan membuat rincian biaya atau anggaran yang dikeluarkan dalam proses pembuatan program acara musik tersebut.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<p><b>Judul</b></p>	<p><i>Managing Projects in the TV Production: The Case of Sweden</i></p>
<p><b>Nama Peneliti</b></p>	<p>Maria Norback Rolf A Lundin</p>
<p><b>Metode Penelitian</b></p>	<p>Pendekatan kualitatif. Dengan metode wawancara semi terstruktur.</p>
<p><b>Hasil</b></p>	<p>Hasil penelitian mengemukakan bahwa adalah adanya ketidakpastian dari media televisi yang melekat dalam proyek perubahan membuat para aktor dalam industri produksi televisi kurang cenderung untuk terlibat di dalamnya.</p>
<p><b>Judul</b></p>	<p>Strategi Kreatif BW Purba Negara dalam <i>Casting</i> dan <i>Directing</i> tokoh Mbah Sri dalam Film Ziarah</p>
<p><b>Nama Peneliti</b></p>	<p>Muna Rif'atil Akhlaq Sri Wastiwi Setiawati</p>
<p><b>Metode Peneliti</b></p>	<p>Pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan metode Analisis Deskriptif.</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p><b>Hasil</b></p>	<p>Hasil penelitian menemukan bahwa strategi kreatif yang dilakukan oleh BW Purba Negara sebagai sutradara film <i>Ziarah</i> menarik untuk dikaji, khususnya pada <i>casting</i> dan <i>directing</i> terhadap mbah Ponco, karena hal ini menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan filmnya. Dalam film ini dibutuhkan suatu kejelian dan strategi kreatif dari sutradara dalam menentukan keberhasilannya. BW Purba Negara mampu membawa Mbah Ponco masuk ke dalam karakter tokoh Mbah Sri yang sebenarnya.</p>
<p><b>Judul</b></p> <p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	<p>PENERAPAN STRATEGI KREATIF DALAM MEMPERTAHANKAN Program “Buah Hatiku Sayang” DI TELEVISI REPUBLIK INDONESIA</p>
<p><b>Nama Peneliti</b></p>	<p>Shinta Kristianty Gemilang Awal Ramadhan</p>
<p><b>Metode Peneliti</b></p>	<p>Pendekatan kualitatif.</p>
<p><b>Hasil</b></p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa mengembangkan ide yang sudah ada dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi</p>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

	<p>setiap saat, yaitu memeriksa untuk memberikan penilaian tentang mutu dan kualitas pada tema-tema yang dibawakan. Dengan melakukan perencanaan untuk mengevaluasi, kelemahan yang ada disetiap acaranya serta ancaman-ancaman yang ada. Ide program yang sudah didapatkan lalu mereka kembangkan agar ide kreatif benar-benar dapat memberikan hasil yang bermanfaat.</p>
<p>Judul</p>	<p>STRATEGI KREATIF PRODUKSI ACARA “AREA DANGDUT” TERANG ABADI TELEVISI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM</p>
<p>Nama Peneliti</p>	<p>Natashir Ahmad Mustofa Adolfo Eko Setyanto</p>
<p>Metode Peneliti</p>	<p>Pendekatan kualitatif. Dengan metode Deskriptif Kualitatif.</p>
<p>Hasil</p>	<p>Melalui hasil penelitian menyimpulkan bahwa di dalam pembuatan program Area Dangdut TATV produser dan tim kreatif</p>

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.




**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

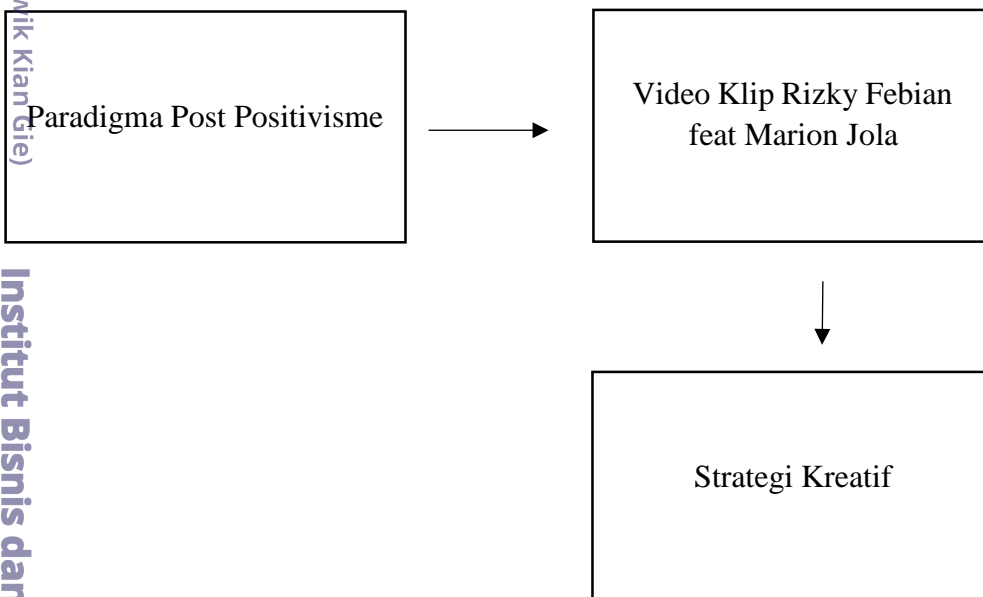
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Area Dangdut TATV telah melakukan observasi langsung ke lapangan dengan apa hiburan yang sangat memasyarakat dan di gemari masyarakat di wilayah Jawa Tengah & DIY. Lokasi observasi di daerah sekitar karisidenan Surakarta, wonogiri, sukoharjo, Karanganyar, Boyolali. Produser dan crew TATV juga sempat bertemu warga dan mewawancarai langsung tentang musik apa yang di sukai masyarakat. Setelah observasi langsung produser bikin tim untuk produksi pembuatan program Area Dangdut TATV. Produser juga langsung membuat anggarananggaran apa saja yang di butuhkan dalam proses dan persiapan program Area Dangdut TATV. Sehabis anggaran ada langkah-langkah pembuatan dan proses produksi Area Dangdut TATV : 1. Logo dan music jingle 2. Sosial Media 3. Penataan Areistik 4. Music and Fashion (pemilihan pengsisi acara Area Dangdut TATV) 5. Sarana Produksi 6. Tahap Pelaksanaan Produksi 7. Stripping 8. Stacking 9. Punching Line 10. Interactive

 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Program 11. Hotswiching 12. Crossprogramming 13. Strategi-strategi kedepan Area Dangdut TATV.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

### C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan paradigma Post-Positivisme untuk melihat strategi yang digunakan oleh AVCD films dalam memproduksi video Klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat* Marion Jola. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menemukan strategi kreatif yang digunakan dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Subjek Penelitian

Video Klip yang berjudul “Tak Ingin Pisah Lagi” mengisahkan tentang bagaimana perjuangan seorang laki-laki untuk mempertahankan cintanya dengan wanita yang dicintainya. Dari sisi *visual*, menggunakan *green screen* dan efek *neon lighting* pada *thumbnail*. Video Klip ini juga menggunakan warna pada *neon lighting* berwarna ungu dan merah.

Sedangkan, teknik pengambilan gambar yang diambil adalah dengan menggunakan teknik *panning* agar gambar yang diambil serasa tidak membosankan. Video Klip ini juga menggunakan efek *blur* pada *scene* yang mengingatkan mengenai tayangan-tayangan masa lalu. Di dalam video klip tersebut, menggunakan teknik *masking* pada *scene* mereka menyanyi secara solo yang pengambilan *shot* tersebut dilakukan secara *split screen* dan kemudian dijadikan satu atau digabungkan.

#### B. Desain Penelitian

##### 1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Metode Penelitian Studi Kasus. Metodologi memiliki pengertian yang lebih luas dari metode. Metodologi adalah suatu cara yang ditetapkan secara logis bagi para ilmuwan untuk melihat realitas atau fenomena tertentu. Asal katanya dari *method*, yaitu perangkat analitis (*the analytical apparatus*) atau cara kerja penyelidikan secara konkret meliputi pengumpulan, pencatatan, dan pengkategorisasian data dan *logic*





yang berarti ilmu. Jadi, bila digabungkan kedua kata tersebut menjadi *methodology*, artinya seluruh rancangan dari penyelidikan yang menghubungkan unsur-unsur pokok dari metode pengumpulan data dan analisis data, lebih dari itu menjustifikasi pemilihan dan interpretasi data yang didasarkan pada kerangka kerja teoretis yang digunakan. Sedangkan, metode lebih menjelaskan cara atau kerja dalam pengumpulan data dan analisis data (Pambayun, 2013).

Pendekatan kualitatif seperti yang diutarakan Bogdan dan Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. Pendekatan ini berlangsung menunjukkan *setting* dan individu-individu dalam *setting* itu secara keseluruhan, individu dalam batasan yang sangat holistik. Sementara Thomas R. Lindlof mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif berupaya memelihara bentuk-bentuk dan muatan-muatan perilaku manusia dan untuk menganalisis kualitas perilaku manusia tersebut, bukan dengan cara matematis atau transformasi formal lainnya (Pambayun, 2013).

Ada empat jenis metodologi penelitian yang selama ini berkembang, yakni:

- a. Metodologi penelitian akademis (*academic research*): bertujuan untuk memperkaya pengetahuan tentang kenyataan sosial, melalui metode yang menjadikan masyarakat sebagai objek kajian. Prinsip yang dikedepankan adalah obyektivitas, netralitas sebagai turunan dari filosofi 'ilmu harus bebas nilai'. Hasilnya adalah ilmu untuk kemajuan ilmu pengetahuan itu sendiri dan dapat dipergunakan oleh siapa saja.
- b. Metodologi penelitian kebijakan (*policy research*); bertujuan untuk melaksanakan rekayasa sosial. Umumnya dilakukan oleh para politisi, dan

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



birokrasi pemerintah dalam melakukan program-program pembangunan di tengah masyarakat.

- c. Metodologi penelitian semi partisipatoris; bertujuan untuk membongkar pengetahuan yang melegitimasi praktek pembangunan yang menindas rakyat kecil, membangun kesadaran kritis terhadap kelompok sasaran. Namun belum sampai pada upaya untuk melakukan transformasi sosial.
- d. Metodologi penelitian partisipatoris (*participatory research*); bertujuan untuk membongkar pengetahuan yang melegitimasi praktik pembangunan yang menindas rakyat kecil sambil melakukan proses transformasi sosial. Metode yang digunakan partisipatif, yakni peneliti dengan masyarakat yang diteliti memiliki kesetaraan dan saling bekerjasama. Di sini masyarakat (perwakilan) diposisikan sebagai peneliti atas kasus yang alaminya. Hasil yang diharapkan adalah adanya tindakan kritis untuk mendorong perubahan sosial yang memperkuat warga atau komunitas yang marginal. Umumnya metodologi ini digunakan oleh aktivis NGO dan intelektual organik (Pambayun, 2013).

Selain itu banyak pengertian studi kasus telah dikemukakan oleh para peneliti maupun para penulis buku tentang penelitian studi kasus. Secara umum, pengertian-pengertian tersebut sesuai namanya mengarah pada penelitian yang memandang sesuatu yang diteliti sebagai ‘kasus’ (Pambayun, 2013).

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Terdapat dua kelompok yang mendefinisikan atau memberikan pengertian tentang penelitian studi kasus, yaitu:

1. Pengertian pertama berasal dari Guba dan Lincoln yang diperjelas oleh Stake, selanjutnya dikembangkan Cresswell dan Dooley, dan diikuti oleh Hancock dan Algozzine, yang menyatakan bahwa penelitian studi kasus adalah penelitian yang dilakukan terhadap suatu 'objek', yang disebut sebagai 'kasus', yang dilakukan secara seutuhnya, menyeluruh, dan mendalam dengan menggunakan berbagai macam sumber data. Lebih khusus lagi, Stake menyatakan bahwa penelitian studi kasus bukanlah sebuah pilihan metodologis, tetapi sebuah pilihan untuk mencari apa yang perlu diteliti.

Cresswell menjelaskan bahwa suatu penelitian dapat disebut sebagai penelitian studi kasus apabila proses penelitiannya dilakukan secara mendalam dan menyeluruh terhadap kasus yang diteliti, serta mengikuti struktur studi kasus seperti yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba, yaitu: permasalahan, konteks, isu, dan pelajaran yang dapat diambil.

Ardianto mendefinisikan studi kasus sebagai pendekatan dalam penulisan yang menelaah suatu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif.

Definisi tersebut bermakna bahwa peneliti studi kasus merupakan orang yang paham mengenai kasus yang sedang diteliti. Pemahaman mendalam mengenai kasus dapat diperoleh melalui berbagai sumber: media massa, individu, keluarga, dan perusahaan atau organisasi.

2. Kelompok pengertian kedua dan berkembang sampai saat ini didasarkan pada pendapat Yin, yang secara khusus memandang penelitian studi kasus sebagai sebuah metode penelitian. Dibandingkan dengan kelompok yang pertama, kelompok ini lebih banyak diikuti karena melalui buku-bukunya, Yin dianggap mampu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





menjelaskan secara terperinci kekhususan metode penelitian studi kasus yang harus diikuti berikut dengan contoh-contoh terapannya. Yin menjelaskan bahwa penelitian studi kasus adalah salah satu metode penelitian yang meneliti fenomena kontemporer dengan menggunakan pendekatan penelitian naturalistik (Pambayun, 2013).

Kelompok ini memandang bahwa penelitian studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang dibutuhkan untuk meneliti atau mengungkapkan secara utuh dan menyeluruh terhadap ‘kasus’. Meskipun tampaknya hampir sama dengan kelompok pertama, kelompok ini berangkat dari adanya kebutuhan metode untuk meneliti secara khusus tentang objek atau ‘kasus; yang menarik perhatian untuk diteliti (Pambayun, 2013).

Menurut pengertian di atas, penelitian studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata, yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data (Pambayun, 2013).

## 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2019).

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2019).

### 3. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma penelitian Post-Positivisme. Paradigma Post-Positivisme adalah paradigma yang bersifat mengubah eksperimental atau manipulatif. Penekanan pada “kritis yang berlapis-lapis” sebagai suatu cara untuk memfalsifikasi hipotesis. Tujuan metodologi untuk memperbaiki beberapa masalah kritik intraparadigma melalui penelitian yang *setting*-nya bersifat alamiah, mengumpulkan informasi yang lebih situasional, pengenalan kembali penemuan sebagai unsur-unsur penelitian, khususnya dalam bidang ilmu sosial, berusaha mendapatkan makna- makna dan tujuan-tujuan yang berasal dari tindakan orang-orang juga untuk mengontribusi “*grounded theory*” (Pambayun, 2013).

Menurut Sugiyono, paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan Kualitatif. menurut Sugiyono, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bersifat naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (Sugiyono, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



#### 4. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara langsung di kantor Enablerspace Ruang 1 di Jalan Bintaro Raya no 8, RT 2/RW.10, Kebayoran Lama, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dengan mengumpulkan kru dari AVCD Films sesuai dengan jadwal yang sesuai dari para narasumber atau informan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai bulan Maret 2022 hingga bulan Agustus 2022. Mulai dari pengambilan data, profil informan, melakukan wawancara dengan kru *production house* AVCD Films hingga pengumpulan *soft cover* penelitian.

No	Jenis Kegiatan	2022				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pra- Penelitian	■				
2	Menyusun Proposal	■	■	■	■	■
3	Pengumpulan Data			■	■	
4	Pengolahan Data			■	■	■
5	Analisis Data					■
6	Penyusunan Laporan					■

Tabel 3.1 Proses Penelitian

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022-2023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik

② *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai sampel)

Berikut, daftar nama- nama informan yang akan diwawancarai oleh peneliti.

Informan Pertama yang akan diwawancarai

Nama : Ades Vidyatmaja

Usia : 32 Tahun

Pekerjaan : Produser

Berapa lama menjadi seorang produser : 5 - 6 tahun

Informan Kedua yang akan diwawancarai

Nama : Muhammad Rizki Yusuf

Usia : 33 Tahun

Pekerjaan : *Director*

Berapa lama menjadi seorang *Director*: 5 tahun

Informan Ketiga yang akan diwawancarai

Nama : Zidan Rizieq

Usia : 28 Tahun

Pekerjaan : *Video Editor*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berapa lama menjadi seorang *Editor*: 4 tahun



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Informan Keempat yang akan diwawancarai

Nama : Mohamad Prabowo Adi N

Usia : 25 tahun

Pekerjaan : *Editor* dan *Videographer* OneID Entertainment

Berapa lama menjadi seorang *Videographer*: 2 tahun

### C. Jenis Data

#### 1. Data Primer

Data Primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung menyampaikan data kepada pengumpul data. Pada sumber data primer tersebut bisa didapatkan dari informan atau subjek penelitian melalui hasil kuisisioner, wawancara, dan observasi (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data primer melalui hasil wawancara secara langsung yang dilakukan dengan kru dari AVCD Films.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan data sekunder didapatkan melalui orang lain ataupun sejumlah literatur-literatur atau dokumen yang ada. Data Sekunder bisa berupa data-data hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ataupun orang lain. (Sugiyono, 2019)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## D. Teknik Pengumpulan Data

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara secara mendalam. Sugiyono mendefinisikan wawancara mendalam (*Depth Interview*) sebagai suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan semi-terstruktur dimana peneliti dapat menemukan masalah secara terbukti dengan pihak yang diwawancara untuk dimintai pendapat dan ide- idenya . (Sugiyono, 2019)

Wawancara mendalam menurut Berger dalam Ida, wawancara mendalam adalah salah satu cara untuk menggali jawaban lebih mendalam. Sebagai akibatnya, waktu yang digunakan untuk melakukan wawancara mendalam memakan waktu jauh lebih lama dibandingkan dengan percakapan biasa. Wawancara mendalam biasanya dibutuhkan untuk menggali lebih kualitatif untuk mendapatkan informasi lebih mendalam dari informan yang diwawancarai. (Ida, 2014)

Peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa informan sebagaibahan untuk memperkuat data dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Produser
2. Sutradara AVCD
3. Team Kreatif AVCD
4. Editor

## E. Teknik Analisis Data

Menurut Miles and Huberman, analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: Reduksi Data, Verifikasi Data, menarik kesimpulan



atau verifikasi. Ketiga alur tersebut adalah sebagai berikut: (Miles & Huberman, 2014)

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan-pilihan peneliti tentang bagian data mana yang dikode, mana yang dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, semuanya itu merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membaung yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Miles & Huberman, 2014).

Secara sederhana dapat dijelaskan: dengan “reduksi data” kita tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat (misalnya, seorang penganalisis memutuskan untuk memandang kondisi wilayah penelitian ke dalam suatu kategori “tinggi” atau “menengah” dalam hal pemusatan administrasinya), tetapi tindakan seperti itu tidak selalu. Ketiga alur tersebut adalah sebagai berikut: (Miles & Huberman, 2014)

#### 1. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Sebenarnya bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memuluskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang mana yang dipilihnya (Miles & Huberman, 2014).

Secara sederhana dapat dijelaskan: dengan “reduksi data” kita tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat (misalnya, seorang penganalisis memutuskan untuk memandang kondisi wilayah penelitian ke dalam suatu kategori “tinggi” atau “menengah” dalam hal pemusatan administrasinya), tetapi tindakan seperti itu tidak selalu bijaksana (Miles & Huberman, 2014).

## 2. Penyajian Data

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beraneka penyajian kita temukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar komputer. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan – lebih jauh menganalisis atukah mengambil tindakan – berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut (Miles & Huberman, 2014).

Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Dalam pelaksanaan penelitian kami, kami yakin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





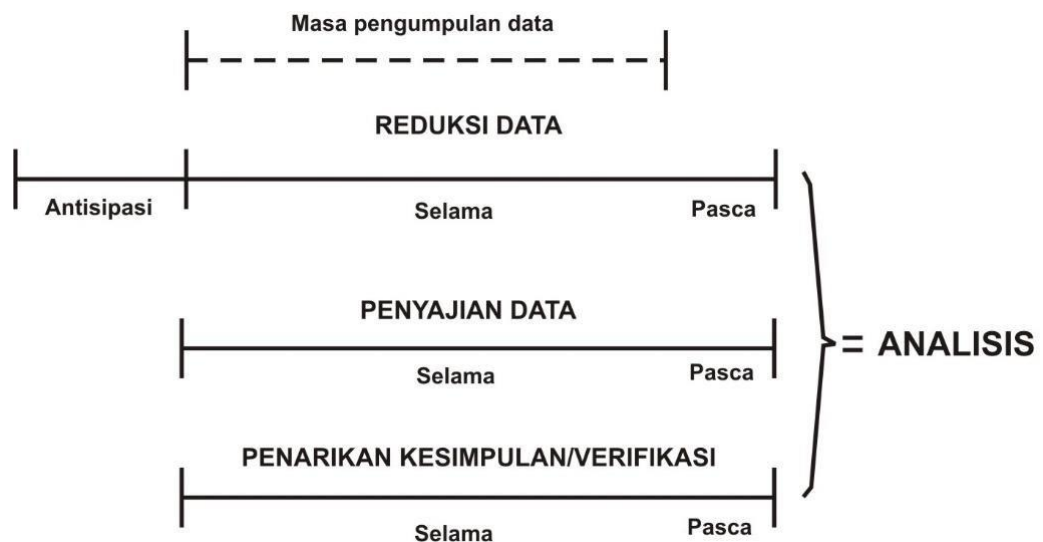
bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid. Penyajian-penyajian yang dibahas di dalam buku ini meliputi berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang diklaskan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna (Miles & Huberman, 2014).

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



Gambar 3.2 Komponen Analisis Data: Model Alir

3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi (Miles & Huberman, 2014).



Penarikan kesimpulan, dalam pandangan kami, hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan makan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan “kesepakatan intersubjektif,” atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya (Miles & Huberman, 2014).

Telah dikatakan bahwa ada tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut “analisis”. Tiga hal utama itu dapat dilihat pada gambar 3.2. Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak di antara empat “sumbu” kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik di antara kegiatan reduksi, penyajian, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

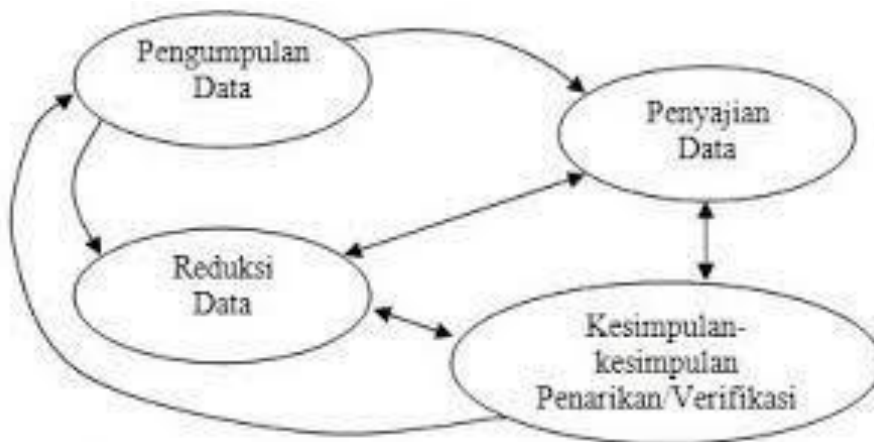
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitiannya (Miles & Huberman, 2014).



Gambar 3.3 Komponen analisis data: model interaktif

Dalam pengertian ini, analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus-menerus. Masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling susul menyusul. Namun dua hal lainnya itu senantiasa merupakan bagian dari lapangan (Miles & Huberman, 2014).

Proses seperti ini sesungguhnya tidak lebih rumit, berbicara secara konseptual, daripada jenis-jenis analisis yang digunakan oleh para peneliti kualitatif. Mereka pun harus terpaku perhatiannya pada reduksi data (menghitung *mean*, standar deviasi, indeks), dan penarikan data (tabel korelasi, cetakan angka-angka regresi), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (derajat signifikan, perbedaan eksperimental/kontrol) (Miles & Huberman, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Sejarah Singkat AVCD Films

AVCD Films didirikan oleh Risky Jusuf sebagai *founder* dan didampingi oleh seorang *co-founder* yaitu Ades Vidyatmaja pada tahun 2013 berlokasi di Jakarta yang dimulai dengan memproduksi musik video dan konten digital untuk berbagai keperluan bisnis. Di dalam AVCD Films, terdapat orang-orang yang memiliki ide-ide visual dan kreatif. AVCD Films sendiri tidak hanya membuat dalam produksi tetapi juga merancang konsep berwawasan untuk tujuan bisnis. Kini AVCD Films telah memproduksi video untuk perusahaan multi nasional, merek internasional serta biro iklan dan musisi yang mempunyai label besar.

Beberapa artis ternama yang pernah bekerjasama dengan *production house* AVCD Films seperti Rizky Febian, Marion Jola, Gloria Jessica, Abdul & The Coffee Theory, Risa Saraswati & Prilly Latuconsina, dan Krisdayanti. Tidak hanya itu saja AVCD Films juga bekerjasama dengan beberapa klien dari berbagai perusahaan seperti Kepolisian Negara Republik Indonesia, *Nivea Men*, *Dove*, *Vaseline* dan beberapa perusahaan lainnya. Selain membuat musik video, AVCD Films juga memproduksi iklan komersial, profil perusahaan, konten digital, liputan & testimoni serta infografik dan grafik berjalan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Karya-Karya AVCD Films

**C** Beberapa karya- karya yang sudah dibuat oleh AVCD films seperti video klip Trilogi Cinta Rizky Febian, Favorite Sin- Marion Jola *feat* Tuantigabelas, Buka mata- Gloria Jessica, Pesan Untukmu- Risa Sarasvati dan Prilly Latuconsina, Selalu Ada- Abdul & The Coffee Theory, Nona- Rizky Febian, I Don't Want To- Maria Simorangkir, Rayu- Marion Jola *feat* Laleilmanino, Pergi Menjauh- Marion Jola.

Selain membuat video klip, AVCD membuat beberapa video komersil dari hasil Kerjasama dengan beberapa perusahaan di Indonesia untuk kepentingan bisnis, seperti video company profile 100 years of Journey- PT Aneka gas Industri Tbk; Generasi Penerus (Profile Video)- Bhayangkara Samator Volleyball Club; One Stop Logistic Service Company Profile- PT BCS Logistic. Diluar itu, AVCD juga membuat beberapa digital contents berupa iklan bekerja sama dengan beberapa perusahaan obat, seperti: iklan Mylanta #MakanBijak versi Ramadhan, Gerakan Mengurangi makanan sisa. Iklan Combantrin #JamMainKita Campaign, iklan vaselin dengan menggunakan *Beauty Blogger*- Vaseline Aloe Vera Fasting Campaign.

### B Analisis

Peneliti melakukan wawancara dengan ketiga informan yang memiliki tanggung jawab dalam proses pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Ketiga informan tersebut yaitu:

1. Produser: Ades Viyatmaja
2. Director: Rizky Jusuf

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### 3. Editor: Zidan Rizieq

Ketiga informan tersebut, peneliti temui di kantor Enablerspace.id. Masing-masing informan peneliti wawancarai mengenai tugas dan tanggung jawabnya dalam proses pengerjaan video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Peneliti dari wawancara tersebut menemukan bahwa:

#### **B.1. Ide Program.**

Peneliti menanyakan kepada kedua informan yaitu Ades Viyatmaja dan Risky Jusuf mengenai bagaimana proses penerimaan video klip sebagai sebuah *project* dalam AVCD Films itu sendiri. Informan pertama yaitu Ades Viyatmaja mengatakan bahwa dalam memproduksi video klip. Pihak AVCD melakukan beberapa pendekatan, yaitu: pertama, dari pihak label mengontak AVCD Films kemudian memberikan lagu serta sampel lagu tersebut. Namun setelah mendengar lagu tersebut, apakah dari pihak label ingin memberi tambahan ide-ide untuk video klip yang nantinya akan dibuat.

Menurut Ades:

*“Oke, langsung aku jawab ya, ehmmm awalnya dari label itu, nah pertama itu, dia kasih lagunya langsung dan sampel lagunya dikasih. Nah, eh biasanya kita dikasih waktu untuk dengerin dulu lagunya terus kita dengerin sambil kita tanyain dari sisi label dan sisi artisnya ada ide apa ngak untuk script ceritanya begitu. Nah, kalau ada, kita akan ngobrol dulu tuh maksudnya dari mereka maunya seperti apa nah dari kita sambil dengerin lagunya, kita cari inspirasi lah, kita ngobrol bareng. Nah, waktu itu sih secara kreatifnya, kita ngak ada tim kreatif khusus ya jadinya ada aku sama director mas risky, kita ngobrol kira-kira konsep apa yang cocok nih. Nah, ide ini muncul dari mas Rizky sih untuk inisial idenya maksudnya. Nah dari situ, udah*



*diobrolin segala macam terus kita juga tanya ke label kira-kira ini kan dua orang Marion Jola sama Rizky Febian, dari sisi Marion Jola seperti apa dan dari Rizky Febian seperti apa. Udah dari situ, baru udah dari sisi konsep cerita itu kita coba obrolkan dulu ke internal baru nanti kita lempar ke project". (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)*

Menurut informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa ide untuk pembuatan video klip tersebut berasal dari label dengan mendengarkan demo lagu yang mereka berikan dan melakukan *discuss* dengan tim apakah ada pesan atau makna yang disampaikan dari lagu yang diberikan.

Rizky Jusuf mengatakan:

*"ehh... prosesnya sih eh hh awalnya kan kita biasanya kalo dari label itu kan dikasih materi musiknya dari demo terus kita juga dikasih lirik sama salinan lirik. Nah dari situ, gw discuss sama tim kira-kira ada key message nya ngak dari lirik-lirik itu. Nah biasanya kita ambil dari kata-kata yang biasa sering muncul atau tema keseluruhan dari lagunya dari liriknya dari situlah kita ngambil konsep besarnya dulu misalnya Tak Ingin Pisah itu kan eh h tentang orang yang udah pernah pacaran terus berbalikan gitu dari ada bagian lirik yang ngegambarin itu makanya kita angkat ceritanya itu pasangan yang udah lama ngak ketemu karena mereka putus hubungan akhirnya mereka ketemuan lagi." (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)*

Peneliti juga mewawancarai informan ketiga yang bernama Zidan Rizieq. Zidan mengatakan bahwa proses dari pelaksanaan ide produksi video klip tersebut lebih mengarah kepada konsep-konsep yang mengikuti zaman trend anak muda di tahun 2019 yang mengacu pada hangatnyanya percintaan ala anak muda.



Menurut Zidan:

*Eehhh kalau ide kreatif dari pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi, kalau menurut gue sih dari sisi pandang editor, itu lebih ke mungkin ya konsep- konsep yang emang di zaman tahun 2019 emang eee lebih ke percintaan dan emang dibikin sedikit hangat gitu yang gue tau. Mungkin, eeeh yang bisa gue tangkep itu eeeh client dari penyanyinya juga itu kan eeh bawa yang pertama kali tuh kasih lirik kan eehh dan terus dari situ dari lirik mungkin ditasfirin lagi sama director untuk tau yang mana yang cocok sih untuk lirik ini dan alhasil ya jadinya lagunya ya lebih ke anak muda ke arah yang lebih hangat soal percintaan. Gitu sih.” (Wawancara Zidan, 06 Juni 2022 pukul 21.30)*

## **B.2. Client Brief**

Peneliti menanyakan kepada kedua informan yaitu Ades Viyatmaja dan Risky Jusuf mengenai pemberian *Client Brief* untuk pelaksanaan pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades Viyatmaja mengatakan bahwa untuk *Client Brief* nya sendiri melalui adanya dialog yang dilakukan dan *client brief* tersebut hanya berasal dari lirik dan lagu yang diberikan dari pihak label.

Menurut Ades:

*“Kalo dari secara client brief itu materinya itu: satu lagu, kedua lirik, nah ketiga itu sih lewat dialog nah jadi gak ada khusus kayak dikasih apa satu....deck break itu ngak ada jadi kalo label itu cuman lagu ehm sama lirik sama kita ngobrol sama yang punya lagunya mau itu dari label atau dari artisnya. Jadi, dari sisi mereka sih cuman eehmm minta ya maksudnya karena kita udah pernah bikin sebelumnya terus dilihat dari ininya dari lagunya, kita kira-kira kita kasih nih jalan ceritanya seperti apa. Jadi, secara hal client briefnya nggak secara tertulis jadi materinya*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



itu cuman lagu sama lirik dua itu aja.”(Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022,

C) pukul 14.30)

Sedangkan menurut Informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa untuk *Client Briefnya* sendiri dari pihak AVCD melakukan proses *discussing* kepada label dan talent seperti konsep dan ide seperti apa yang mereka inginkan untuk pembuatan video tersebut

Menurut Rizky:

“*Client Briefnya* kalau misalkan dari label ehh cukup lagu doank sih biasanya cuman lagu sama lirik kecuali untuk artis-artis tertentu yang memang punya idealisme misalnya kayak Gloria Jessica. Nah, dia itu punya visilah ehh visi pribadi terhadap lagunya karena kebanyakan lagu-lagunya dia bikin sendiri ya. Jadi untuk beberapa artis yang dia bikin sendiri lagunya itu, mereka punya ehh pandangan kreatif jadi biasanya gw discuss langsung sama artisnya tapi mostly sih dari label itu pure cuman demo sama lirik doang.” (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Sedangkan menurut Informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Menurut Zidan, *Client Brief* tersebut berasal dari adanya hasil diskusi secara mendalam diantara pihak *client* dengan *director* dan *editor* sendiri hanya mengikuti brief yang diberikan.

Menurut Zidan:

“*kalau dilihat secara langsung, karena gue ini editor. Tidak ikut turun langsung ke lapangan dan pas shooting juga, gue ngak lihat langsung dan nggak ikut proses shootingnya juga. Mungkin hanya tanggapan dan pandangan gue secara brief clientnya itu mungkin sih lebih sedikit banyak diskusi sih dan emang harus diskusinya banyak dan emang saling menguatkan ide kreatif apa yang diinginkan director*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





kepada client gitu loh. Gue hanya menerima brief dari director dan produser  
sampaikan ke gue.” (Wawancara Zidan Rizieq, 06 Juli 2022 pukul 21.30)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### B.3 Proses Pembuatan Storyboard

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai proses pembuatan *storyboard* dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa dalam pembuatan *storyboard* sendiri itu sebetulnya tidak ada tetapi menggunakan *story* lanjutan dari video klip sebelumnya

Menurut Ades:

“Eeh kalau itu kita bikin dalam satu desk jadi bentukannya bukan *storyboard* tapi *full story* lanjutan. Jadi, secara ini *move board* jadi *mood board* untuk *music videonya*. Nah, dari situ kita masukin ehhh awalnya sih kita awal itu pasti *logline* di *youtube*. Jadi *log line* ceritanya mau seperti apa terus kita kembangin dari *logline* itu kira-kira mau dibawa kemana tuh *music videonya*. Jadi, dari situ kita *ngobrol* segala macam nah nanti *cuman* untuk di *talent* bisa sama Mas Rizky ya. *Cuman* untuk pembuatan *desc nya*, kita cari *refrence* nah dari *refrence* itu kita masukin ke *mood board* dalam bentuk tulisan sama gambar untuk *deck persentasi istilahnya*.” (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa dalam proses pembuatan *storyboardnya* sendiri, dia menggunakan *reference* gambar untuk dikumpulkan dalam satu page sebagai step awal dalam proses pembuatan video tersebut.

Menurut Rizky:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“Ya itu tadi yang seperti udah gw jelasin sebelumnya, dari lagu ehh lirik biasanya gw ehbbh bikin logline itu Ades biasanya tuh Produser, jadi bikin loglinenya oh ini ya key messagenya ini pesan yang mau kita ehhh ajuin gitu secara visualnya. Nah, dari situ gw bikin ehbbh gw gw nyari refrence gambar oohh moodline nya begini nih nah gw kumpulin aja kayak moodboard gitu bikinnya terus kumpul-kumpulin biasanya sih PA gw yang nyusun gambarnya misalnya cahaya terobosan terus shadow terus kesendirian misalnya nah kayak gitulah gambarnya itu dikumpulin dalam satu page. Nah, itu kayak stage awalnya lah gitu.” (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Peneliti juga mewawancarai informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Zidan mengatakan bahwa dalam proses pembuatan *storyline* dan *storyboard* menggunakan *stillomatic* dalam pembuatan *storyline* maupun *storyboard*nya.

Menurut Zidan Rizieq:

“Ehhh.... dari gue ngeliatnya sih, secara ini pembuatannya itu nggak pake *storyboard* tapi lebih pake ke *stillomatic*. *Stillomatic* itu refrensi-refrensi dari director berikan itu ehbbh ada beberapa scene-scene yang dikasih refrensi-refrensi jadi dijadiin satu sama *stillomatic* guidenya itu dan gue tanggapin *stillomatic* itu ya memang udah ranah nya tuh pas banget gitu loh dan gua jadi lebih cuman hanya mengulik secara kreatif ide gua dan menambahkan hal-hal sesuatu yang mungkin misalnya ditambah ini dan ini gitu.” (Wawancara Zidan Rizieq, 06 Juli 2022 pukul 21.30)

#### B.4 Proses Verifikasi Storyboard dan Storyline

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai proses verifikasi dari storyboard dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan



pertama yaitu Ades mengatakan bahwa dalam melakukan proses verifikasi dari **C** storyboard maupun *storyline* yang sudah dibuat dengan cara dua kali. Cara pertama yaitu berdiskusi mengenai sisi konsep yang mereka inginkan seperti apa dan setelah mendapat persetujuan barulah kita lanjutkan ke proses shooting videonya.

Menurut Ades:

*“Kalo verifikasi sih kita uhmmm verifikasinya kita lakukan secara dua kali sih. Pertama, kita ngobrol dari sisi konsepnya gimana. Nah, kita tanya-tanya orang terdekat dulu sih nih ini gimana sih ceritanya kalau menurut kalian? Ini bagus ngak? relate ngak?. Jadi kalau pendekatan kita emang ehh bukan yang tipenya apa ya kayak fiksi atau gimana tapi kita bener-bener dari yang ini aja kita relate kira-kira apa sama target marketnya penyanyi si Marion Jola sama si Rizky Febian seperti apa, baru kita check nih “oh ini kayaknya cocok nih masuknya anak muda gitu terus juga cinta-cintaan segala macam mungkin tapi ngak ABG. Jadi, waktu itu kalo ngak salah kita lebih ke arah yang udah lama jalan dua orang sepasang kekasih ini sebelumnya nih sebenarnya masih nyambung nih sama Video Klip sebelumnya Pergi Menjauh. Jadi ceritanya udh dilupain nih sama Marion Jola sebagai mantannya cuman ternyata ini balik lagi ni si cowok ini, istilahnya mau ketemuan tuh mau deket terus awkward lah janji ketemu lagi. Nah, dari situ kita lihat lebih ke cinta- cinta ABG. Cuman, istilahnya ehmm anak muda kuliahlah target marketnya gitu keatas kuliah sama udah kerja. Jadi emang udah relationsnya itu, lebih ke pacaran yang udah mau serius sebenarnya. Dari situ udah verifikasi, dia rasa OK baru kita present waktu itu ke label dan ini dua pihak ya. Jadi waktu itu ada label Universal sama satu lagi NET Talent. Jadi, dulu tuh di televisinya NET TV ada NET Talent. Waktu itu kita presentasi di NET TV, datang kesana masih dalam dua kepentingan satu sama label Universal dari*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Marion Jola sama satu lagi NET Talent dari si Rizky Febian. Dari situ, kita ngobrol terus presentasiin ya jadinya mereka suka, jadi udah suka dan udah oke eehhh baru kita dapet istilahnya lampu hijau lah dari team labelnya.”*

(Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa dalam proses verifikasi dalam pembuatan *storyboard* maupun *storylinenya* melakukan proses verifikasinya yaitu dengan melakukan *present* langsung kepada label maupun talent mengenai *storyboard* maupun *storyline* itu sendiri.

Menurut Rizky:

*“Kita present. Jadi dari moodboard itu kita bikin deck ehhh biasanya tuh udah di breakdown tuh moodboard yang secara keseluruhan tadi udah di breakdown per lirik per bait. Ehhh lirik biasanya ada verse 1 reff terus verse 2 interlude reff terus interlude lagi, nah udah udah diturunin tuh misalnya satu page ini gambarnya ada misalnya 2 cewek dan 1 cowok terus ehhh terus refrence untuk set lypsinc nya sama master lypsinc nya sama set adegan dari gambar yang satu halaman ini, kita turuninlah ehhh misalnya ke intro all bro misalnya yang ini oke nih comot yang ini terus tambah-tambahin lagi yang masih satu turunan sama gambar yang tadi selanjutnya ohh kayak gitu ooh reff nya kayak gini ya tapi gambarnya kayak gini setnya begini. Jadi kayak ada master bootnya satu page ini.”* (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Peneliti juga mewawancarai informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Zidan mengatakan bahwa proses verifikasi dalam pembuatan *storyboard* maupun *storylinenya* sendiri berasal dari hasil diskusi antara *produser*, *director* dan *client*.

Menurut Zidan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“Kalo secara proses storyboard, storyline sama ide kreatifnya dari director ke client eh gua nggak tau jelas karena gua nggak ikut langsung secara produksi dan preproduction. Mungkin cuman pandangan dari gua aja, ya... itu verifikasinya lebih dari produser, director sama client sih. Emang cuman lebih ke diskusinya kemana gitu ya buat scenenya kemana yaa..... kurang lebih kayak gitu kalo menurut gua.  
(Wawancara Zidan Rizieq, 06 Juli 2022)

### B.5 Proses Shooting Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai proses shooting dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa dalam melakukan proses shooting video tersebut menggunakan proses *survey* pada saat proses pre produksi dari sisi mengenai materi maupun konsep dari video tersebut dan mengikuti konsep dari video yang sudah dibuat sebelumnya.

Menurut Ades:

“Oke ehmm... Proses shooting standard lah kalau saya bilang. Proses shooting itu pasti dari pre produksi sama shooting. Pre produksi itu kita pasti *survey* jadi emm udah tau dari sisi konsepnya seperti apa, kita lihat nih kira-kira lokasi yang cocok dimana saja. Nah, itu udah kita tentuin itu kita dapat di dua lokasi yaitu: di studio sama satu lagi di restoran daerah Jakarta Utara, aku juga agak lupa nama tempat restorannya. Nah dari situ kita approach secara budgetnya masuk nah barulah nanti kita propose ke dua lokasi itu sama ke tim label mereka masing-masing. Nah, tim label udah oke nih kemudian saran dari director juga udah oke baru kita survei kesana. Nah dari sisi *survey* itupun, semua tim ikut tuh ke lokasi ke studio sama ke restoran gitu dua- duanya udah bilang oke barulah kita kumpul abis survei lokasi itu kita pre shootnya itu dari storyline nya udah kita bikin, kita pecah tuh set nya mau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



apa aja dan scene nya mau ada apa aja nah udah ke breakdown semua baru kita tentuin tanggalnya, sebenarnya tanggal nya sih udah kita siapin sebelumnya udah ditentuin dari labelnya janji sama talentnya tuh dua-duanya si Rizky Febian sama si Lala ( Marion Jola). Dari situ, baru lah kita shooting di hari itu kalo proses shooting ya sama dari subuh talent semuanya sudah sampai nah kita lanjut sampai malam. Nah, kita moving itu di jam maghrib jadi pas break jam 6 maghrib, kita pindah sampai sana kita parallel lah dengan tim produksi ada yang nyiapin sama ada yang makan malam dulu sisanya sih secara overall ehh padat ya dari pagi sampai malam tapi kita selesai tuh kira-kira jam 1- jam set 2 lah baru kita balik dari restorannya, Jadi, secara overall sih memang sisi shooting ya kita, dari studio mengikuti konsep yang sudah dibuat sama di restoran juga ikutin konsep yang udah dibuat”. (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa dalam proses shooting video klip Tak Ingin Pisah Lagi dengan menggunakan sudut pandang dirinya sebagai director dengan menggunakan konsep PPM (Pre-Production Management) melakukan pertemuan dengan keyperson untuk membahas ingin seperti apa proses shooting dari video klip tersebut.

Menurut Rizky:

“ehhhh, ini ya. Kalau proses shootingnya sih haha terlalu luas sih. Gw ambil dari sudut pandang gw sebagai director. gini sih, dalam semua proses pembuatan video, proses shooting. Itu kan ada namanya PPM. Nah, dari proses yang tadi sebenarnya agak jumpy, jadi proses verifikasi dari client yang tadi kita present itu nah udah di approve nah itu kita ada namanya PPM atau Pre-Production Meeting. Jadi, biasanya semua crew itu, keypersonnya itu meeting sama gw, gambarnya mau kayak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



begini ya misalnya ada sound, soundnya mau kayak gini terus lighting, kalau editornya bisa dateng langsung gw brief mau editingnya secara gimana itu ada di Pre- Production. Jadi, pas proses shooting itu mereka udah tinggal ngejalanin doank nah paling gw ada beberapa adjustment kayak misalnya ehhh ternyata pas diaplikasiin di set di real setnya ngak sesuai sama plan. Nah itu biasanya dari berapa adjustment disitu dan gak jauh-jauh dari pre pro nya biasanya”. (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Peneliti mewawancarai informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Zidan mengatakan bahwa dalam proses shooting menurut pandangannya sudah baik dan tidak ditemukan adanya kesalahan selama proses shooting video klip tersebut.

Menurut Zidan Rizieq:

“ Ehhh kalau gua liat dari hasil kerja Video Klip ini kurang lebih sih nggak ada kendala, ya terus juga emang eeh... dilihat dari shoot hasil shootingan video klip ini, gua nggak terlalu gimana- gimana dan emang nggak ada kendala apa-apa dan terus juga gua nggak ikut shooting langsung mungkin dari cara pandang gua ehhh shootnya bagus dan emang enggak ada kendala gitu dan gua udah tinggal nyusun ide kreatif dari director dan gua tinggal udah tambahin yang beberapa pake kreatif dari gua, itu aja sih.” (Wawancara Zidan Rizieq, 06 Juli 2022 pukul 21.30)

## B.6 Kendala- kendala Shooting

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai kendala-kendala yang dihadapi pada saat proses shooting berlangsung. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa dalam melakukan proses shooting video





tersebut pasti menemukan adanya kendala dalam proses pembuatan video tersebut.

- Ⓒ Kendala yang ditemukan yaitu masalah *timing* yang kurang ditanggapi dengan baik kemudian adanya kemacetan di jalan yang menyebabkan kelambatan dalam proses berlangsung.

Menurut Ades:

*“Kalo kendala ehhh waktu pagi ya, karena waktu itu kan jumlah orangnya pun juga ngak terlalu ya sebernnya jatuhnya sih medium lah jumlah orangnya cuman kendalanya waktu itu dari sisi konsumsi ngak siap di pagi, jadinya kita agak ngaret harusnya start jam 8 udah on cam jadinya jam 9 baru on cam tapi secara overall, untuk shootingnya banyak variasi scenenya semua sih dari sisi cut lancar eehhh dari sisi apa namanya kamera juga oke, talentnya juga udah aman. Nah mungkin kendalanya juga pas moving, karena awal shootnya itu di Jakarta Barat ke Jakarta Utara, nah jadi perkiraanya harusnya nyampe durasinya cuman setengah jam karena juga kan jam pulang kantor, harusnya durasi waktu kita nyampe itu berangkat jam enam baru sampe di lokasi itu sekitar jam setengah delapan eh sorry jam tujuh seperempatlah baru kita sampe disana. Jadi baru bisa loading-loading barang itu sekitar jam setengah delapan, jadi kita baru on cam siap- siap itu sekitar jam delapan setengah Sembilan malam lah baru bisa on cam padahal targetnya kita jam setengah delapan udah bisa on cam. Jadi, ada keterlambatan sekitar satu setengah jam akhirnya ngaruh ke selesainya jadi ngaretnya satu setengah jam sampe dua jam karena tadi ada proses di pagi hari sama di day malamnya”.* (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa dalam proses *shooting* video klip Tak Ingin Pisah Lagi ditemukan adanya kendala seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adanya drama-drama saat *shooting* seperti *weather condition* atau kendala cuaca padahal sudah mempersiapkan semuanya.

Menurut Rizky:

*Kendala sih ada sih drama-drama pas shooting itu pasti ada misalnya weather condition itu kan juga kendala tiba-tiba turun hujan padahal kita udah ehh baca weather forecast udah oke semua udah oke dan kita daylight available light terus tiba-tiba hujan itu biasanya ada adjustment kita entah itu kita ngambil yang scene indoor dulu atau kita bener ngubah location tapi itu dengan approval dari client.”*

(Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Peneliti mewawancarai informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Zidan mengatakan bahwa dari pandangan dirinya tidak ditemukan adanya kendala- kendala yang ditemukan selama proses *shooting* berlangsung.

Menurut Zidan:

*“Nah, tadi kan gue udah bilang kalau dari pandangan gua sendiri proses shootingnya udah bagus dan gua nggak nemuin adanya kendala dalam proses shootingnya hanya tinggal ditambahin apa yang director mau ama gua tambahin beberapa kreatif ide dari gua. Udah gitu aja sih. (Wawancara Zidan Rizieq, 06 Juli*

2022 pukul 21.30)

## B.7 Proses Pengeditan

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja, Rizky Jusuf dan Zidan Rizieq mengenai proses pengeditan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa dalam proses pengeditan itu standar memakai *system*



*cut to cut* dari *shot-shot* yang sudah diambil kemudian dikasih *grading* warna supaya videonya menjadi lebih bagus dan menarik.

Menurut Ades:

*Sebenarnya sih ini nanti dijawab sama Kak Zidan tapi aku jawab dulu deh. Ehh dari proses editingnya sih sebenarnya sih secara konsepnya akan banyak di editor sih maksudnya. Cuman secara editing sih, untuk prosesnya sih sama, kita kerjain cuttingnya dari awal shot-shotnya udah aman baru kita kasih warn akita grading baru dikasih efek. Waktu itu dilihat dari sisi ehhh trend nya kan 2018 itu agak agak semi-semi kayak apa gitulah nama nya aku juga kurang paham ya ada lah nama efeknya jadi di beberapa scene dikasih visual effect disitu nanti akan dijawab sama editor sama nah yang tricky itu emang yang di depan nah judulnya itu kita cari title yang pas itu lumayan lama pas kita ngerjain judulnya mungkin sekitar empat sampai 5 jamlah itu baru dapet tuh teks yang bagus yang cocok buat si video klipnya. Untuk proses editingnya sih standar, waktu itu ngerjainnya sekitar seminggu lah 1 minggu 9 hari hampir 10 hari dari proses selesai shooting sampai delivernya.” (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)*

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa dalam proses *editing* ketika sudah menemukan warna yang sesuai, mendiskusikannya bersama dengan produser apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan atau masih perlu diperbaiki.

Menurut Rizky Jusuf:

*“Proses editing ehhh gini, tiap project itu kan beda-beda ya kayak treatment nya beda-beda, pendekatannya juga beda-beda dari segi warna ehhh karakteristik pewarna tapi kan ada banyak nah biasanya gw dari awal pas dapet dan gw udah*



dapat konsepnya itu gw komunikasiin ke produser ehh ohh kayak gini nih editornya ini nih dan colour research nya ini nih ehh dan biasanya yang udah gw tunjuk itu udah biasa kerja bareng sama gw nah dia udah tau lah kira-kira depthnya mau kayak gini nih kayak ehha kita persepsi warna hijau aja kalo misalnya beda refrensi bisa beda misalnya gw mau hijaunya kayak gini ya ada blueish nya, editor yang gak biasa kerja bareng kan beda juga oohh yang dia dapet gitu dan itu berpengaruh.”

(Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 16.00)

Kemudian Peneliti menanyakan kepada Informan ketiga yaitu Zidan Rizieq. Informan mengatakan bahwa selama proses *editing* berlangsung terlebih dahulu melihat hasil-hasil *shooting* dan melakukan diskusi dengan *director* lalu *editing* sesuai dengan keinginan *director*.

Menurut Zidan Rizieq:

“Kalau menurut gue sih, gue sih lebih ke arah ngeliat dulu shot-shotnya sama gw diskusi dulu sama directornya enak nya gimana sih dan secara keseluruhan yang gw lihat sih lebih ke rana anak muda, lebih ke dapetin feel warmingnya gitu makanya banyak shotnya pelukan, pegangan tangan ya..... kurang lebih kayak gitu sih jadi gw ngikutin alur yang diminta oleh director terutama ada beberapa scene seperti contoh kayak masuk ke mimpinya itu harus kayak gimana nih dimasukinnya scene yang untuk ke dalam mimpinya tuh kayak gini dan sebisa mungkin gw harus cut nya pas lagi moment yang bener bener pas masuk ke lirik ini kayak yang shot lagi sweet moment editingnya seperti apa.” (Wawancara Zidan Rizieq, 22 Juni 2022 pukul 16.00)



## B.8 Kendala yang dihadapi pada saat pembuatan editing

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai proses pengeditan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa ditemukan adanya kendala selama proses *editing* berlangsung, yaitu: *converting* video yang sudah selesai karena pada saat itu menggunakan kamera *redcam* yang saat itu memakan waktu seharian untuk meng*convert* lagu tersebut dan pencarian nama seperti *titling* juga memakan waktu yang lama karena harus menemukan judul yang benar-benar cocok untuk dimasukkan ke dalam video tersebut.

Menurut Ades:

*“Kendalanya..... gini sih, karena waktu itu shootingnya pake kamera redcam, waktu awal converting nya tuh lama jadi bisa makan waktu seharian buat convertingnya aja itupun sebelum proses mau editing terus dari sisi pengerjaan sih standar ya yang tadi lumayan itu eh hh cut to cut nya sih cuman udh aku provide jadinya ngak lama paling sih titling yang agak lama makan waktu sekitar 4 sampai 5 jam baru bisa kita ulik baru ketemu lah istilahnya itu malem tuh jadi kita mau kirim online kan, malam present, malam preview baru dapet title nya itu sekitaran jam 11 sampai jam 11.30, kita baru bisa kirim sekitar jam 12 an. Nah cuman kalau untuk warna sih itu ada beberapa kali tektokan sih untuk warna, begitu udah Oke baru kita kasih visualnya.”* (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022 pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa ia menemukan beberapa kendala pada saat proses editing itu sendiri seperti adanya *editor* sendiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



baru bekerja dengan *director* tidak bisa memahami apa yang saya inginkan sehingga bisa terjadi ketidaksesuaian dalam proses pengeditan.

Menurut Rizky Jusuf:

*“awal-awal iya, biasanya itu kalibrasi di awal lah misalnya editor baru yang ehhh storyline nya bagus tapi baru pertama kali kerja. Nah, biasanya ada adjustmentnya dulu tapi kalau terkait sama project Tak Ingin Pisah itu semuanya ehhh udah pernah kerja bareng. Ehhh gak ada kendala sih karena secara konsep gambar pun udah dimatengin gitu, oh jadi gw mau Tak Ingin Pisah ini kan pertama kali gw bikin pake spectrum jadi kita pake neon warna ungu, biru sama hijau nah namun lampu yang secara practical yang ada di dalam industri waktu itu belum terlalu okelah secara teknologinya secara teknisnya semuanya gak ada kendala kalo menurut gue ya karena editornya ngerti apa yang gw mau.”* (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022, pukul 14.00)

Informan ketiga yaitu Zidan Rizieq mengatakan bahwa tidak adanya kendala dalam proses pengeditan berlangsung karena menurutnya, *editor* yang sudah bekerja sama dengan produser dan *director* sudah tau seperti apa editing yang diinginkan dan berdiskusi ketika pengeditan selesai dikerjakan.

Menurut Zidan:

*“kendala sih ada kayak yang tadi Kak Rizky bilang, kan gw ini istilahnya udah lama kerja bareng ama Rizky ama Ades, jadinya gw udah tau apa yang mereka baru kalau misalkan masih ada yang kurang ya gw liat lagi dan discuss sama Rizky sama Ades kurangnya dimana. Kalau menurut gw sih ini lebih ke arah editor baru, sejauh ini kendala gak ada selama kita udah tau apa yang produser sama director mau, itu sih menurut gw.”* (Wawancara Zidan Rizieq, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B.9 Proses Verifikasi dari hasil editing video klip

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai proses pengeditan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa proses verifikasi yang dilakukan yaitu melakukan *review* dari hasil *editing* tersebut dilakukan dengan 3 tahapan verifikasi, yaitu: *offline*, *grading* dan *online* kemudian setelah *direview* barulah dikirimkan kepada *client*.

Menurut Ades:

*“Pasti, untuk verifikasi sih itu pasti itu ehh setiap kalau tau bahasa editing tuh ada 3 bagian yaitu: offline, grading sama online. Nah, offline itu kan cut to cut nah itu kita cuttingannya itu kita kirim kalau gak salah 2 kali atau 3 kali. Jadi, mereka revisi 3 kali lalu cuttingan udah oke dan udah sreg sama cuttingannya baru kita kasih atau masukin warna. Kedua itu grading, nah grading itu lebih banyak dari director sih sama editor kasih input nih kira-kira warnanya kayak gimana dan itupun harus di review 2 kali sampai 3 kali baru ok ternyata. Nah baru masuk di online, kita kasih visual effect sama dikasih titlenya. Nah, titlingnya onlinenya paling terakhir kita ulik dari jam 8 baru jam 11 malam kita ketemu yang oke sambil merapikkan yang lain. Jadi, verifikasinya sih ehh dari client itu kirim 5 sampai 7 kali preview baru kita kirim untuk deliver yang terakhir nya.”* (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022, pukul 14.30)

Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan proses verifikasi yang dilakukan adalah dengan pihak AVCD mengirimkan hasil *editing* tersebut kemudiandi *review* oleh *client* dan kemudian di *feedback* oleh pihak *client* dan kemudian melakukan proses *grading* dan *editing* secara online.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Rizky Jusuf:

“Ya, kita kirim untuk Yang Tak Ingin Pisah ehhh offline dan mereka preview dan terus mereka ada feedback ehh bagian sini Lala keliatan kurang bagus eh Rizky nya ngak gini ya, paling ya kita mainin adjustment nya sih, grading misalnya udah okay applied udah log secara sequence nya oke barulah kita masuk ke grading dan grading biasanya barengan sama online dulu sih.” (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

Informan ketiga bernama Zidan Rizieq mengatakan bahwa dalam melakukan verifikasi dalam sebuah video klip yang sudah diedit dirasakan dahulu baru kemudian dibicarakan dengan *director*.

Menurut Zidan:

“Kalau dari gw, selama gw ngedit, gw sendiri ngebikin yang gw rasain untuk ngeditnya itu baru gw discuss sama director. Kalau directornya udah suka ehhh walaupun ada diskusi ini ada yang kurang nih disini nah itu perlu di adjustment lagi kalau misalkan satu pemikiran gw sendiri editornya sama directornya udah oke baru kita lempar dari clientnya.” (Wawancara Zidan Rizieq, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

## B.10 Strategi Kreatif

Peneliti menanyakan kepada Ades Viyatmaja dan Rizky Jusuf mengenai penggunaan konsep strategi kreatif dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan pertama yaitu Ades mengatakan bahwa ada beberapa penggunaan strategi Kreatif dalam pembuatan video klip tersebut. Yang pertama menurut Ades adalah melakukan pendekatan yang lebih mendalam dari kedua *talentnya* kemudian dilihat dari sisi *visualnya*, pembuatan *story* dari video klip tersebut dikaitkan dengan video

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





klip sebelumnya jadi berkesinambungan dan pencarian latar tempat dengan tema yang unik.

Menurut Ades:

*“Kalau pertama sih ehhh dari sisi lagunya sih harus kuat kalau dari lagunya udah kuat kita tinggal eksekusi eeehh kreatifnya dari sisi lagunya dari Marion Jola nya sama Rizky Febian nya nah ada encode masuknya itu dari sisinya jatuhnya apa ya ehh aktingnya lah, chemistry dari dua talent tadi tuh si Marion Jola sama Rizky Febian kalau misalkan dua orang itu awkward kayak masih kayak orang gak dikenal nah itu agak susah tuh dilihat dari secara pengadeganannya ya. Cuman dari sisi ini, mereka sudah oke dan sudah bagus dari mereka nya tinggal dibuat lebih akrab lagi di lokasi. Nah...untuk secara kreatif visual, lebih ke story sih. Jadi, kita cari yang kuat gitu dan kita kaitin sama video klip yang sebelumnya soalnya kan video klip sebelumnya itu judulnya pergi menjauh dari mantannya sampai ke luar negeri kan. Nah abis itu kita balikin lagi nih ceritanya itu si mantannya balik deketin nah kita sambungin tuh dari situ ceritanya jadi berkesinambunghlah antara video klip sebelumnya. Kalau dari sisi ini sih dari sisi experience aja sih dari sisi director kan mungkin persepektif-perspektif apa yang pernah ini dia coba ulik dari sisi scene nya, konsepnya mau seperti apa nah tinggal kita cari ehh lokasi yang sesuai sih. Jadi waktu itu sih dapet yang oke tuh ehh ketemunya satu resto yang tematiknya waktu itu American Restaurant lah jatuhnya jadi bukan breakfastlah jadi bukan yang minimalis bukan resto yang kafe yang ini emang Amerika banget dan emang looknya agak unik waktu itu udah itu kita vlownya bisa ya udah abis itu sisanya tinggal kita eksekusi sesuai dengan vlownya sama tinggal editingnya kita mantepin lagi kreatif produksinya.” (Wawancara Ades Viyatmaja, 22 Juni 2022 pukul 14.30)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sedangkan informan kedua yaitu Rizky Jusuf mengatakan bahwa strategi kreatif yang digunakannya adalah penggunaan pendekatan secara *futuristic* serta *property* yang digunakan juga mengandung unsur klasik.

Menurut Rizky:

*“Strategi kreatif ya. Waktu itu tuh belum terlalu umum lah ehmm si spektrum warnaitu. Makanya pendekatan yang pengen gw ehhh kasih di video klip ini tuh karena sebenarnya secara lirik kan simpel kan begitu ya, cinta-cintaan lah ama orang yang mau balikan. Kalau gw pake drama yang bener- bener suara lighting ngeri lah jadi biasa aja karena ini Iki sama Marion Jola dan waktu itu pas Marion Jola baru mau naik tuh, nah disini tuh gw coba pendekatannya lebih kearah modern terus agak-agak kearah futuristic tapi gw tapi gw kemas dengan property-property yang gw pake juga masih ada sentuhan klasiknya juga gitu.”* (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

### **B.11 Ada tidaknya campur tangan dari pihak lain**

Peneliti mewawancarai seorang informan yang bernama Rizky Jusuf mengenai adanya keterlibatan pihak lain dalam memproduksi video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Informan mengatakan bahwa dalam hal ini tidak ada campur tangan dari pihak lain dan ide tersebut murni dari pihak AVCD sendiri.

Menurut Rizky Jusuf:

*“So far sih ngak ada campur tangan dari orang lain dan itu pure dari kita sendiri, mereka sendiri hanya kasih lagu dan liriknya saja sisanya pure kita sendiri yang buat.”* (Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



## B.12 Strategi kreatif pembuatan storyboard dan storyline.

Peneliti mewawancarai seorang informan bernama Rizky Jusuf mengenai strategi kreatif yang digunakan dalam membuat *storyboard* dan *storyline*. Informan mengatakan bahwa penggunaan permainan spektrum warna dan penggunaan konsep *daydreaming* yang dapat membuat gambar menjadi menarik.

Menurut Rizky Jusuf:

“Ya itu tadi, kita coba cari hal-hal yang sebenarnya dari mereka juga secara lirik ya atau ehh dari musiknya atau instrument nya cuman kalau dalam hal ini dalam Tak Ingin Pisah ini, kita benar-bener literal sih apa sih ehh namanya bagian-bagian lirik yang menggambarkan pasangan yang pengen balikan itu kita coba angkat dari main storynya. Nah, eh eh sebenarnya ada kayak konsep tersirat sih jadi kita kan mainin spektrum tapi gimana caranya ini biar kelihatan natural gitu nahh kita pakai pendekatan ehh namanya day dreaming. Mereka tuh sebenarnya ngobrol, mereka bercengkrama gitu sebenarnya semua ada dalam pikiran mereka, makanya kalau dilihat di intro itu mereka diem-dieman dalam real life nya mereka diem-dieman tapi di mimpinya mereka saling berkomunikasi. Setelah itu kan gw ngebrief editor ada beberapa efek yang ditambahin dari mereka masuk ke mobil segala macam kan itu typenya anak muda. Nah itu pendekatan yang gw pake.”

(Wawancara Rizky Jusuf, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

## B.13 Ide-Ide Produksi

Peneliti mewawancarai 2 informan yang bernama Rizky Jusuf dan Zidan Rizieq. Informan Pertama, Rizky Jusuf mengatakan bahwa ide tersebut berasal dari Kerjasama antara *editor* dengan produser dan *director*.

Menurut Rizky Jusuf:



“Ada, ehh kayak bagian-bagian misalnya gue itu gue ngebriefnya bilang ki masuk ke mimpinya itu dibikin efeknya dipenyok-penyokin dikit gitu tapi dikit aja biar secara kita nih eksekutor itu ngasih ruang-ruang sendiri lah oh ini bagian ini,

Kemudian peneliti mewawancara kepada Zidan Rizieq, Zidan mengatakan bahwa dalam proses *editing* tersebut, ide-ide yang muncul murni hasil pemikiran sendiri.

Menurut Zidan Rizieq:

“Kalau menurut gue sih itu sih bedasarkan dari pemikiran gue sendiri maupun *director* sendiri sih, tinggal ngikutin apa yang *director* mau sama paling kita *discuss* lah di bagian mana yang masih harus diperbaiki atau kurang bagus terus mau ditambahin efek apa supaya videonya jadi bagus dan indah gitu buat ditonton, itu sih kalau menurut gue.” (Wawancara Zidan Rizieq, 22 Juni 2022 pukul 16.00)

Bedasarkan hasil wawancara diatas, strategi kreatif yang digunakan dalam pembuatan video klip tak ingin pisah lagi. Menurut produser, strategi kreatif yang digunakan dalam melakukan pendekatan yang lebih mendalam dari kedua *talent*-nya kemudian dilihat dari sisi visualnya, pembuatan *story* dari video klip tersebut dikaitkan dengan video klip sebelumnya jadi berkesinambungan dan pencarian latar tempat dengan tema yang unik. Strategi yang dipergunakan oleh *director* adalah penggunaan spektrum warna berupa *lighting neon* dan pendekatan kepada karakter dari *talent* tersebut dengan menggunakan konsep percintaan ala anak muda dan dikombinasikan dengan konsep *daydreaming* dan menurut pandangan editor, strategi yang dipergunakan adalah penambahan efek salju dalam video tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut peneliti, dalam memproduksi video klip, pada proses praproduksinya produser mendengarkan terlebih dahulu lirik lagu yang dinyanyikan kemudian melakukan diskusi terhadap pihak label dengan pihak AVCD dan setelah mendapat persetujuan barulah mereka masukkan ke dalam project dan director melakukan diskusi dengan tim produksi mengenai adanya *key message* yang terdapat dalam lagu tersebut dan mengambil konsep besarnya dan kemudian menghubungkan kembali ke jalan cerita dari video klip sebelumnya dan melakukan pembahasan untuk menentukan ke ranah mana video klip tersebut dan mencari lokasi untuk melakukan shooting

Dari sisi produksinya, melakukan pembuatan konsep- konsep video dalam moodboard dan kemudian melakukan shooting video dan pengeditan video klip yang sudah di *shoot*. Dari sisi *post* produksinya, AVCD melakukan *present* mengenai konsep yang sudah dibuat dan meminta masukan untuk diperbaiki sebelum diputarkan ke media.

Strategi Kreatif:

Teknis:

- Menggunakan Spektrum neon colour
- Efek *Daydreaming*
- Konsep klasik
- Penggunaan efek salju atau *snow*
- Pemilihan lokasi restoran nuansa Amerika.

Konten:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- berkaitan dari video sebelumnya
- pengembangan ide scene-scene video
- penentuan judul
- pendekatan dengan *client* maupun *talent*
- percintaan anak muda
- kisah tentang cinta yang tak ingin berpisah
- penggunaan *client brief* untuk melakukan verifikasi

Komparasi kesimpulan dari strategi kreatif pada tahapan pra-produksi, produksi dan pasca-produksi adalah sebagai berikut:

Ades Viyatmaja	Rizky Jusuf	Zidan Rizieq
Pra-produksi: diskusi	Pra-Produksi: mendengarkan lagunya terlebih dahulu	Pra-Produksi: diskusi dengan <i>client</i>
Produksi: pencarian set lokasi	Produksi: <i>shooting</i> di lapangan	Produksi: <i>editing</i>
Pasca-Produksi: verifikasi dengan pihak <i>client</i>	Pasca-Produksi: <i>present to client</i>	Pasca-Produksi: verifikasi hasil <i>editing</i> dengan <i>director</i> dan produser

Tabel 4.1 Tabel komparasi strategi kreatif.

## C. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan tiga orang informan, peneliti menemukan adanya penerapan strategi kreatif yang dipergunakan dalam membuat Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi. Pertama jika kita melihat dari sisi teknisnya, peneliti menemukan adanya penggunaan efek *spectrum lighting*. Menurut *Director* Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi, Rizky Jusuf efek tersebut digunakan sebagai teknik karena saat itu sedang mengikuti *trend* anak muda dan sedang *booming* di tahun 2019. Efek ini digunakan untuk menunjukkan dinamika anak muda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.1 *Spectrum Color Lighting*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang





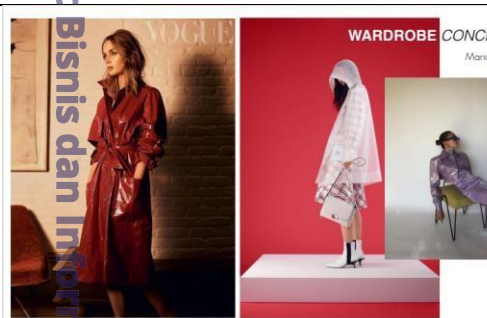

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Kemudian, adanya penggunaan *logline* dalam membuat video untuk memudahkan produser mengingat dan menentukan *shoot-shoot* yang baik pada saat proses *shooting* berlangsung. Penggunaan *moodboard* yang berisi catatan-catatan hasil dari diskusi diantara *producer*, *director* dan *client*, sebagai referensi untuk melakukan *shooting*.

Moodboard	Hasil Shooting
	
	
	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.






Tabel 4.2 komparasi moodboard dan hasil shooting

Peneliti juga menemukan bahwa di dalam video klip ini menggunakan sebuah properti berupa mobil klasik tahun-90 an. Menurut Director dan juga kreatif video klip Tak



Ingin Pisah Lagi Rizky Jusuf, penggunaan *property* tersebut untuk menampilkan nuansa futuristik namun klasik. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3 Mobil klasik tahun 90-an

Selain *property* peneliti juga menemukan bahwa set merupakan ide kreatif yang penting dalam video klip ini. Menurut Produser video klip Tak Ingin Pisah Lagi Ades Viyatmaja, pemilihan restoran tersebut sebagai eksekusi dari alur ide cerita pada lagu tersebut. Disamping itu, pemilihan restoran tersebut adalah sebagai cara untuk menyampaikan sebuah diskusi yang lebih tepat mengenai kedua *talent*. Hal ini seperti yang ditunjukkan dalam gambar 4.4:



Gambar 4.4 Gambar Set Restoran

Dalam video klip tersebut, juga menggunakan efek *daydreaming*. Menurut *director* video klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Jusuf, konsep efek *daydreaming* digunakan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

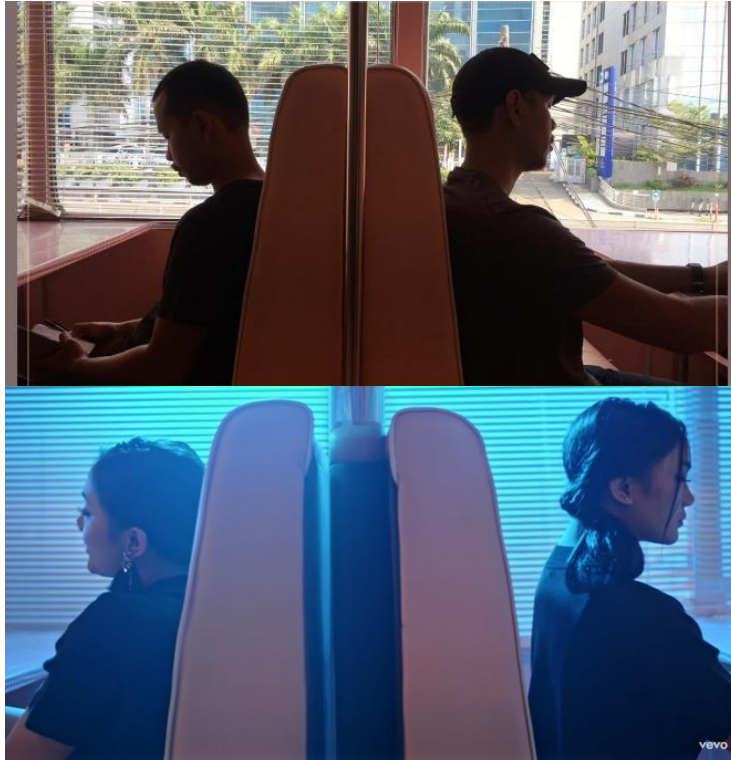
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggambarkan proses perbincangan antara kedua *talent* pada alam bawah sadarnya.

Konsep tersebut digambarkan pada gambar 4.5:



Gambar 4.5 Efek *Daydreaming*

Selain penggunaan efek *daydreaming*, dalam video klip tersebut juga menggunakan efek salju atau *snow*. Menurut *editor* video klip Tak Ingin Pisah Lagi Zidan Rizieq, efek tersebut merupakan visualisasi yang diarahkan oleh *director* Rizky Jusuf. Konsep ini, dipilih untuk menggambarkan koneksi perasaan antara kedua talent. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.6 berikut ini:



Gambar 4.6 Efek Salju



Konsep kreatif lain yang digunakan dalam video klip ini adalah color editing. Konsep color editing yang dipilih sesuai dengan tema dari video klip ini. Tema video klip ini, umumnya menggunakan konsep *Dreamy, Stylish, Fantasy, Romantic* dan *Surreal*. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada moodboard dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi, berikut ini:



Gambar 4.7 *Tone and Manner Execution*

#### D. Teknik Keabsahan Data

Sebagai bentuk keabsahan data, peneliti menanyakan mengenai jawaban-jawaban Tim Kreatif AVCD Films dalam mengemas video klip Tak Ingin Pisah Lagi, serta peneliti menanyakan konsep kreatif yang digunakan. Triangulator yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

Nama : Mohamad Prabowo Adi N

Pekerjaan : *Videographer Editor*

OneID Entertainment

Posisi : *Videographer dan Editor*



Dalam Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi ini memiliki sinematografi, menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar seperti *long shoot, medium shoot, wide shoot, close*

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



up, very close up yang terlihat jelas pada *opening* sampai *closing* dalam video klip tersebut.

Kemudian penggunaan konsep sinematografi seperti *spectrum lighting* yang berwarna biru keunguan yang memberi kesan dinamika anak muda. Disamping itu, dalam video klip tersebut juga menambahkan beberapa konsep seperti konsep *set* latar tempat yang dimana mereka menggunakan indoor dan outdoor restaurant sebagai set lokasi untuk mereka melakukan *shooting*. Video klip ini juga menggunakan strategi kreatif seperti: *editing*, *coloring*, konsep *property*.

Menurut Prabowo:

*“ehh oke, aku udah liat ya videonya, jujur aja aku baru liat ehh ini nya Video Klipnya. Kalau menurut aku sih bagus ya konsep ehhhh bagus ehh tiap makna yang mau disampaikan itu. Kalau yang aku lihat dari sisi sinematografinya itu. Yang pertama, itu dia mainin apa Namanya angle ya...ehh mulai dari yang wide sampai ada yang medium close up terus ada yang close up. Nah... itu kan sesuai sama ehhh apa namanya motivasi dari adegan itu kan ehh awal-awal kan pas mereka lagi berdua, duduk berdua sama hadep-hadepan lihat orang itu kan pakai angle wide angle buat nunjukkin oh ini loh lagi ada adegan hadep-hadepan sama orang. Terus ada lagi yang di dalam mobil itu itu pake close up maksudnya oohhh biar kelihatan tuh oohh ada dua orang di belakang mobil ehh mereka lagi berhadap-hadapan gitu oohh berhadap- hadapan ini apa namanya ada makna bahwa asumsinya mereka berdua punya hubungan; terus ada lagi tuh yang pake close up-up tuh kayak tadi aku bilang ada close up pas mereka pegangan tangan itu tandanya ooh si Marion Jola sama Rizky Febian itu punya hubungan asmara. Eeh asumsi yang bisa diambil itu mereka jadinya balikan pacarana lagi.”* (Wawancara Prabowo Adi N, 26 Juli 2022 pukul 20.00)



Dalam proses *editing*, setiap video klip mempunyai kunci karakteristik yang berbeda-beda contohnya seperti penggunaan spektrum colouring dalam pengeditan kemudian penambahan efek *daydreaming*, *snow* dan *air hujan*. Selain itu menurut Prabowo, cara proses *editing* di video klip ini memiliki kesan atau gambaran yang ingin disampaikan dalam setiap *scene* dalam video klip tersebut.

Menurut Prabowo:

“Ehhh terus dari sisi *editing*nya, seperti yang kamu bilang tadi, ada *daydreaming*, ada *spectrum light* waktu yang pas mereka di dalam mobil itu kan ehhh mereka kayak pakai *spectrum light* ehhh terus fokus ke si Marion Jola sama Rizky Febian gitu. Oke, itu kayak mau nunjukkin kalau ada adegan satu shot itu menandakan kalau ada dua orang yang sedang interaksi atau sedang membicarakan suatu hal sedang ada keintiman diantara keduanya terus dikasih *spectrum light* sama di kasih efek yang fokus ke *spectrum lighting* sama dikasih efek yang dikasih fokus ke tengah- tengah mereka itu makin menunjukkan oh mereka itu lagi ada hubungan asmara terus ehhh *daydreaming* juga yang tadi kamu bilang yang ada yang lagi liat-liatan orang satu sama lain terus apa namanya ada *scene* yang dia lagi diem terus si Marion Jola sama Rizky Febian nyanyi itu padahal mereka sebetulnya diam itu sebagai representasi kalau si Marion Jola dan Rizky Febian saat *daydreaming*nya di representasikan pas mereka lagi diem.” (Wawancara Prabowo Adi N, 26 Juli 2022 pukul 20.00)

Di dalam video klip ini, setiap pembuatan video klip menggunakan konsep Kreatif. Menurut Prabowo, konsep Kreatif yang dituangkan dalam video Klip Tak Ingin Pisah Lagi adalah penggunaan *Spectrum coloring* yang bewarna biru keungu-unguan kemudian menggunakan penambahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



efek-efek pada setiap scene nya dipakai untuk mempermanis dari video klip tersebut.

Menurut Prabowo:

*“Nah, kalau konsep Kreatif ini kan tadi sebetulnya aku udah bilang dan memang banyak di video itu, kalau menurut aku. Tadi ada scene-scene yang dipakai warna ungu-ungu kebiruan di awal scenenya terus yang di restoran juga pake spectrum lighting juga terus ada juga pake warna coklat yang pas scene ada dua orang eehhh terus ada scene yang dimana lagi berduaan terus mereka jalan sambil ada salju turun kan tandanya itu keromantisan di anak muda terus ada juga tuh di scene yang pas mereka di mobil juga itu mereka pake konsep spectrum colour terus eeeh mereka nambahin efek hujan juga di scenenya sebagai pemanis terus di mainin ada efek shade atau bayangan tuh yang di tembok sama mainin landscape sama blur, gitu aja sih dari aku.” ( Wawancara Prabowo Adi N, 22 Juli 2022 pukul 20.00)*

Dalam Video Klip ini, terdapat sebuah scene yang memperlihatkan satu orang dalam satu scene yang sama. Prabowo mengatakan bahwa scene tersebut merupakan *daydreaming* karena menunjukkan seseorang yang sedang mengungkapkan ekspresinya meskipun mereka melamun.

Menurut Prabowo:

*“Tadi kayak yang udah dibilang, kalau menurut pemahaman aku sih yang pas si Rizky Febian lagi diem sama dia yang lagi nyanyi itu sebenarnya apa yang lagi dipikirin sama si Rizky Febiannya sendiri. Jadi itu masuk daydreaming karena itu kan dia lagi nunjukkin sebetulnya tentang perasaan dia ke cewek itu makanya dibuat seperti itu sama ada zone out tuh pas abis dia bengong di flip ke scene yang mereka nyanyi berdua jadi itu kayak lanjutan day dreaming mereka gitu.” (Wawancara Prabowo Adi N, 26 Juli 2022 pukul 20.00)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam Proses pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi, pihak AVCD

menggunakan *logline* sebagai penuntun jalan cerita dari pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Menurut Prabowo, *Logline* sendiri dipakai untuk menjadi refrensi dari apa yang akan dibuat dan dieksekusi oleh produser yang dituangkan dalam *moodboard*.

Menurut Prabowo:

“ Oke, kalau dari aku sih *logline* itu udah sama apa yang udah ditulis, nah disini yang di restoran itu ada dua refrensi yang indoor sama outdoor, itu sudah oke sesuai sama *loglinenya* terus yang *colour spectrum* warna warn ungu kebiru-biruan itu juga udah sesuai terus sama yang aku bilang nih efek kayak salju atau apalah yang jatuh itu juga udah sesuai sama *loglinenya* terus dia ada tulis *proposed to the location* itu juga udah sesuai sama yang di *loglinenya* terus dari segi wardrobena juga oke sesuai dengan apa yang mereka tulis. Overall semua sesuai sama apa yang ditulis di *moodboardnya* itu terus yang di mobil juga sudah sesuai tapi kalau yang aku lihat di *loglinya* itu cuman gambar mobilnya doank ngak detail sampe ke dalam tapi pas di eksekusinya itu justru beda yang aku lihat di *loglinenya* sampe ke dalam mobil yang di gambar *logline* itu. Gitu sih menurut yang aku liat.” ( Wawancara Prabowo Adi N, 26 Juli 2022 pukul 20.00)

Selain penggunaan *moodboard* dan *logline* dalam video tersebut, dalam pembuatan sebuah video klip tentunya menggunakan sebuah storyboard dan storyline. Dalam video klip ini, penggunaan storyboard sebagai media untuk penuntun jalannya sebuah cerita yang dieksekusi menjadi sebuah *shoot-shoot* dari setiap *scene* dari video klip tersebut. Menurut Prabowo, video klip tersebut menggunakan sebuah *storyboard* karena kita harus menulis jalan ceritanya terlebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





dahulu supaya mendapatkan gambaran atau referensi-referensi mengenai jalan cerita dan shoot-shoot yang akan diambil dalam video klip yang kita buat.

Menurut Prabowo:

“ kalau menurut aku yang aku lihat itu, mereka lebih ke storyboard sih tapi bisa juga keduanya soalnya kan karena kan harus dibuat dulu kayak jalan ceritanya apa sih yang mau diceritakan dalam video klip ini supaya kan bisa dapet gambarannya apa dari video yang mau kita buat tapi kalau menurut aku sih ini jatuhnya ke storyboard karena mereka ada jelasin jalan cerita dari video klipnya itu meskipun cuman pendek aja sih dan itu tergantung dari setiap Produser yang bikin video klip, tapi bedasarkan pengalaman aku selama bikin Video Klip itu aku udah 3 kali itu kebanyakan ada yang pake moodboard terus storyboard dan storyline, tergantung dari ide si produsernya sendiri. Gitu sih menurut aku.” ( Wawancara Prabowo Adi N, 26 Juli 2022 pukul 20.00)

Peneliti menggunakan triangulasi narasumber. Narasumber ahli yang penulis pilih adalah seorang praktisi yang membuat video klip. Menurut triangulator, penggunaan strategi kreatif dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi dari Rizky Febian feat Marion Jola meliputi dua aspek, baik teknis maupun non teknis. Aspek-aspek non teknis yang digunakan seperti penentuan jalan cerita melalui *moodboard* dan *logline*. Sedangkan aspek teknis meliputi: editing *daydreaming*, *snow effect*, *lighting spectrum*, *set* dan *property* klasik serta *futuristic*, *coloring*, *dreamy*, *fantasy*, *romantic* dan *surreal*. Menurut triangulator, setiap strategi kreatif yang digunakan umumnya merupakan gimmick yang biasa digunakan dalam proses kreatif sebuah video klip.

Menurut Prabowo Adi, konsep *Wardrobe* yang digunakan dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi dipakai dengan nuansa modern dan casual yang disesuaikan dengan yang tertuang di dalam moodboard dari masing- masing scene dalam video

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

klip contohnya seperti: *scene* saat mereka berada di restoran, *talent* Wanita dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi menggunakan sweater dan rok hitam sedangkan *talent* pria mengenakan kaos dan outer kemudian di *scene* lain, seperti *scene* salju misalnya, *talent* Wanita menggunakan kemeja hitam dan celana panjang hitam sedangkan *talent* pria mengenakan kemeja *casual* hitam dan celana panjang *jeans* berwarna abu. Sedangkan menurut *director* AVCD Rizky Jusuf, konsep *wardrobe* yang akan digunakan oleh kedua *talent* disesuaikan dengan *set*.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada penelitian ini, penelitian ini berjudul Strategi Kreatif Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan dalam proses pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Di dalam proses penelitian ini, peneliti mewawancarai ketiga informan yang merupakan pihak terkait dengan pembuatan video klip yaitu Ades Viyatmaja sebagai *producer*, Rizky Jusuf sebagai *director*, dan Zidan Rizieq sebagai *editor*.

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi kreatif video klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola dapat disimpulkan bahwa dalam pembuatan video klip tersebut, pihak AVCD menggunakan Strategi Kreatif berupa penggunaan *spectrum colour* yang pada saat itu sedang *trendy* di tahun 2019.

Dalam video ini, tim kreatif juga menggunakan *lighting* neon sebagai penunjang visualisasi dalam video klip tersebut. Bahwa AVCD menggunakan *moodboard* sebagai *guidance* dalam pembuatan video klip tersebut.

Dalam pembuatan Video Klip ini, pihak AVCD Films melakukan proses diskusi dengan *client* dan *talent* untuk membahas mengenai konsep yang akan dituangkan dalam pembuatan video klip tersebut. Setelah melakukan diskusi, kemudian pihak AVCD pada saat memproduksi video klip menggunakan *set* tempat yaitu sebuah restoran bernuansa Amerika dan menggunakan mobil klasik tahun 90-an sebagai *property* dan penyesuaian *outfit* atau *wardrobe* yang akan digunakan oleh

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*talent* dalam Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi, setelah melakukan proses produksi video klip tersebut selesai, pihak AVCD melakukan *editing* sebagai bagian akhir dalam pembuatan video klip tersebut. *Editing* yang digunakan dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi adalah penggunaan *spectrum coloring* dan *spectrum lighting* kemudian *editor* juga memberikan beberapa efek seperti efek *daydreaming* dan efek *snow* atau salju yang ditambahkan ke dalam video klip Tak Ingin Pisah Lagi.

## B. Saran

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan strategi kreatif dalam video klip ini adalah penggunaan *spectrum color* yang pada saat itu sedang *trendy* di zamannya serta penambahan efek seperti salju dan hujan dan penggunaan *set* lokasi seperti restoran dan mobil klasik untuk penunjang visualisasi dalam pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi. Penelitian ini akan memberikan dua rekomendasi sebagai sarana.

### 1.Saran Akademis:

Bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode lainnya, seperti *analysis* resepsi khalayak. Melalui penelitian ini, peneliti berikutnya dapat menemukan penerimaan khalayak mengenai video klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola.

### 2.Saran Praktis:

Bagi pembuat video klip diharapkan dapat memperhatikan elemen-elemen strategi kreatif yang digunakannya. Pembuat video klip berikutnya dapat menggunakan strategi kreatif yang digunakan dalam video klip Tak

Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola yaitu efek warna spektrum, efek salju dan efek *daydreaming*.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Daftar Pustaka

- Akhlaq R. M., & Setiawati, W. S. (2018). Strategi Kreatif BW Purba Negara dalam casting dan directing tokoh Mbah Sri dalam Film "Ziarah" . *Jurnal Film* .
- Fachruddin, A. (2017). Dasar-Dasar Produksi Televisi . Dalam A. Fachruddin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi* (hal. 18). Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP.
- Fachrudin, A. (2018). Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi. Dalam A. Fachrudin, *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi* (hal. 99). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fachrudin, A. (2018). Cara Memproduksi Program Televisi. Dalam A. Fachrudin, *Cara Memproduksi Program Televisi* (hal. 1). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasanah, K., & Sya'dian, T. (2020). STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM ACARA DENDANG PANTUN TVRI SUMATERA UTARA DENGAN TEMA TAKKAN GOYAH DIPECAH BELAH . *Jurnal FSD*, 2.
- Ida, R. (2014). Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya. Dalam R. Ida, *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya* (hal. 161). Jakarta: Prenada Media Group.
- Kristanty, S., & Ramadhan, A. G. (2021). Penerapan Strategi Kreatif Dalam mempertahankan program " Buah Hatiku Sayang" Di Televisi Republik Indonesia. *Communication Journal*.
- McQuail, D. (2019). *Teori Komunikasi Massa* . Jakarta : Salemba Humanika .
- Miles, B. M., & Huberman, M. A. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI-PRESS.
- Morissan, W. A. (2010). Teori Komunikasi Massa . Dalam W. A. Morissan, *Teori Komunikasi Massa* (hal. 7-9). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mustofa, A. M., & Adolfo, S. E. (2019). Strategi Kreatif Produksi Program Acara Area Dangdut Terang Abadi TV(TATV) dalam mempertahankan eksistensi program .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Nurudin (2017). *pengantar Komunikasi Massa* . Jakarta : Raja Grafindo.

Norback M., & Lundin, A. R. (2009). *Managing Projects in the TV Production: The Case of Sweden* *Journal of Media Business Studies* .

Pambayun, E. L. (2013). *Qualitative Research Methodology In Communication*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Suprpto, R. (2015). ANALISA STRATEGI KREATIF PENDEKATAN UNIQUE SELLING PROPOSITION DALAM IKLAN NISSAN 4X4s. *ANALISA STRATEGI KREATIF PENDEKATAN UNIQUE SELLING PROPOSITION DALAM IKLAN NISSAN 4X4s*, 3.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta .

Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## LAMPIRAN 1

### Transkrip Wawancara Informan 1



Nama : Ades Viyatmaja  
Posisi : Produser AVCD Films  
Tanggal Wawancara : 22 Juni 2022  
Lokasi Wawancara : Enablerspace.id (Jl. Bintaro Raya No.8, RT.2/RW.10, Kby. Lama Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12240)

P: Peneliti I: Informan

P: Halo Kak Ades.

I: Halo Aldo.

P: Sebelumnya, saya mohon ijin untuk wawancara Kak Ades mengenai video klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat* Marion Jola.

I: Boleh- boleh.

P: Oke, kita langsung mulai aja ya, menurut Kak Ades sebagai produser dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi, bagaimana proses pelaksanaan dari ide pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: Oke, langsung aku jawab ya, ehmmm awalnya dari label itu, nah pertama itu, dia kasih lagunya langsung dan sampel lagunya dikasih. Nah, eh biasanya kita dikasih waktu untuk dengerin dulu lagunya terus kita dengerin sambil kita tanyain dari sisi label dan sisi artisnya ada ide apa ngak untuk script ceritanya begitu. Nah, kalua ada, kita akan



Nama

Posisi

Tanggal Wawancara

Lokasi Wawancara

P: Peneliti I: Informan

P: Halo Kak Ades.

I: Halo Aldo.

P: Sebelumnya, saya mohon ijin untuk wawancara Kak Ades mengenai video klip “Tak Ingin Pisah Lagi” Rizky Febian *feat* Marion Jola.

I: Boleh- boleh.

P: Oke, kita langsung mulai aja ya, menurut Kak Ades sebagai produser dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi, bagaimana proses pelaksanaan dari ide pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: Oke, langsung aku jawab ya, ehmmm awalnya dari label itu, nah pertama itu, dia kasih lagunya langsung dan sampel lagunya dikasih. Nah, eh biasanya kita dikasih waktu untuk dengerin dulu lagunya terus kita dengerin sambil kita tanyain dari sisi label dan sisi artisnya ada ide apa ngak untuk script ceritanya begitu. Nah, kalua ada, kita akan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ngobrol dulu tuh maksudnya dari mereka maunya seperti apa nah dari kita sambil dengerin lagunya, kita cari inspirasi lah, kita ngobrol bareng. Nah, waktu itu sih secara kreatifnya, kita ngak ada tim kreatif khusus ya jadinya ada aku sama director mas risky, kita ngobrol kira-kira konsep apa yang cocok nih. Nah, ide ini muncul dari mas Rizky sih untuk inisial idenya maksudnya. Nah dari situ, udah diobrolin segala macam terus kita juga tanya ke label kira-kira ini kan dua orang Marion Jola sama Rizky Febian, dari sisi Marion Jola seperti apa dan dari Rizky Febian seperti apa. Udah dari situ, baru udah dari sisi konsep cerita itu kita coba obrolkan dulu ke internal baru nanti kita lempar ke project.

P: Kalo tadi kan udh nih dari proses pelaksanaannya, Bagaimana Client Brief yang diberikan untuk pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: Kalo dari secara client brief itu materinya itu: satu lagu, kedua lirik, nah ketiga itu sih lewat dialog nah jadi gak ada khusus kayak dikasih apa satu...deck break itu ngak ada jadi kalo label itu cuman lagu ehm sama lirik sama kita ngobrol sama yang punya lagunya mau itu dari label atau dari artisnya. Jadi, dari sisi mereka sih cuman eehmm minta ya maksudnya karena kita udah pernah bikin sebelumnya terus dilihat dari ininya dari lagunya, kita kira-kira kita kasih nih jalan ceritanya seperti apa. Jadi, secara hal client briefnya nggak secara tertulis jadi materinya itu cuman lagu sama lirik dua itu aja.

P: Nahhh, itu tadi kan dari Client Brief nih, sekarang aku mau tanya lagi, Bagaimana sih proses pembuatan storyline dan storyboard dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: eeh kalau itu kita bikin dalam satu desk jadi bentukannya bukan storyboard tapi ngak full story lanjutan. Jadi, secara ini move board jadi mood board untuk music videonya. Nah, dari situ kita masukin eehhh awalnya sih kita awal itu pasti logline di youtube. Jadi log line ceritanya mau seperti apa terus kita kembangin dari logline itu kira-kira mau

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*dibawa kemana tuh music videonya. Jadi, dari situ kita ngobrol segala macam nah nanti cuman untuk di talent bisa sama Mas Rizky ya. Cuman untuk pembuatan desc nya, kita cari refrence nah dari refrence itu kita masukin ke mood board dalam bentuk tulisan sama gambar untuk deck persentasi istilahnya.*

**P:** Kalau tadi kan dari sisi pembuatan storyline dan storyboardnya, nah sekarang yang pengen aku tanyain di pertanyaan keempat itu adalah apakah dilakukan proses verifikasi storyboard dan storyline yang telah dikerjakan oleh tim kreatif kepada client?

**J:** *Kalo verifikasi sih kita uhmmm verifikasinya kita lakukan secara dua kali sih. Pertama, kita ngobrol dari sisi konsepnya gimana. Nah, kita tanya-tanya orang terdekat dulu sih nih ini gimana sih ceritanya kalau menurut kalian? Ini bagus ngak? relate ngak? Jadi kalau pendekatan kita emang ehh bukan yang tipenya apa ya kayak fiksi atau gimanatapi kita bener-bener dari yang ini aja kita relate kira-kira apa sama target marketnya penyanyi si Marion Jola sama si Rizky Febian seperti apa, baru kita check nih “oh ini kayaknya cocok nih masuknya anak muda gitu terus juga cinta-cintaan segala macam mungkin tapi ngak ABG. Jadi, waktu itu kalo ngak salah kita lebih ke arah yang udah lama jalan dua orang sepiang kekasih ini sebelumnya nih sebenarnya masih nyambungnih sama Video Klip sebelumnya Pergi Menjauh. Jadi ceritanya udh dilupain nih sama Marion Jola sebagai mantannya cuman ternyata ini balik lagi ni si cowok ini, istilahnya mau ketemuan tuh mau dekat terus awkward lah janji ketemu lagi. Nah, dari situ kita lihat lebih ke cinta- cinta ABG. Cuman, istilahnya ehmm anak muda kuliahlah target marketnya gitu keatas kuliah sama udah kerja. Jadi emang udah relationsnya itu, lebih kepacaran yang udah mau serius sebenarnya. Dari situ udah verifikasi, dia rasa OK baru kita present waktu itu ke label dan ini dua pihak ya. Jadi waktu itu ada label Universal sama satu lagi NET Talent. Jadi, dulu tuh di televisinya NET TV ada NET Talent. Waktu itu kita presentasi di NET TV, datang kesana masih dalam dua kepentingan satu sama*

Hak cipta dilindungi Undang-undang

Hak milik BI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.





*overall sih memang sisi shooting ya kita, dari studio mengikuti konsep yang sudah dibuat sama di restoran juga ikutin konsep yang udah dibuat.*

**P:** *Lalu, ehhh selama proses shooting berlangsung ada ngak sih kayak kendalanya? Kayak misalnya dari Kak Ades sendiri nemuin banyak kesalahan atau apa. Nah itu seperti apa ?*

**I:** *Kalo kendala ehkk waktu pagi ya, karena waktu itu kan jumlah orangnya pun juga ngak terlalu ya sebenarnya jatuhnya sih medium lah jumlah orangnya cuman kendalanya waktu itu dari sisi konsumsi ngak siap di pagi, jadinya kita agak ngaret harusnya start jam 8 udah on cam jadinya jam 9 baru on cam tapi secara overall, untuk shootingnya banyak variasi scenenya semua sih dari sisi cut lancar ehhh dari sisi apa namanya kamera juga oke, talentnya juga udah aman. Nah mungkin kendalanya juga pas moving, karena awal shootnya itu di Jakarta Barat ke Jakarta Utara, nah jadi perkiraanya harusnya nyampe durasinya cuman setengah jam karena juga kan jam pulang kantor, harusnya durasi waktu kita nyampe itu berangkat jam enam baru sampe di lokasi itu sekitar jam setengah delapan eh sorry jam tujuh seperempatlah baru kita sampe disana. Jadi baru bisa loading-loading barang itu sekitar jam setengah delapan, jadi kita baru on cam siap- siap itu sekitar jam delapan setengah Sembilan malam lah baru bisa on cam padahal targetnya kita jam setengah delapan udah bisa on cam. Jadi, ada keterlambatan sekitar satu setengah jam akhirnya ngaruh ke selesainya jadi ngaretnya satu setengah jam sampe dua jam karena tadi ada proses di pagi hari sama di day malamnya.*

**P:** *Nah, tadi itu kan dari sisi proses shootingnya nih kak, kalau dari proses editingnya itu seperti apa?*

**I:** *sebenarnya sih ini nanti dijawab sama Kak Zidan tapi aku jawab dulu deh. Ehh dari proses editingnya sih sebenarnya sih secara konsepnya akan banyak di editor sih maksudnya. Cuman secara editing sih, untuk prosesnya sih sama, kita kerjain cuttingnya*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik Kekayaan Intelektual Kwik Kian Gie  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dari awal shot-shotnya udah aman baru kita kasih warn akita grading baru dikasih efek. Waktu itu dilihat dari sisi eehhh trend nya kan 2018 itu agak agak semi- semi kayak apa gitu lah nama nya aku juga kurang paham ya ada lah nama efeknya jadi di beberapa scene dikasih visual effect disitu nanti akan dijawab sama editor sama nah yang tricky itu emang yang di depan nah judulnya itu kita cari title yang pas itu lumayan lama pas kita ngerjain judulnya mungkin sekitar empat sampai 5 jam lah itu baru dapet tuh teks yang bagus yang cocok buat si video klipnya. Untuk proses editingnya sih standar, waktu itu ngerjainnya sekitar semingguan lah 1 minggu 9 hari hampir 10 hari dari proses selesai shooting sampai delivernya.

P: Oke, selanjutnya itu mau tanya mengenai ada ngak sih kendala selama proses editing berlangsung dari yang Kak Ades lihat?

I: Kendalanya... gini sih, karena waktu itu shootingnya pake kamera redcam, waktu awal converting nya tuh lama jadi bisa makan waktu seharian buat convertingnya aja itupun sebelum proses mau editing terus dari sisi pengerjaan sih standar ya yang tadi lumayan itu ehhh cut to cut nya sih cuman udh aku provide jadinya ngak lama paling sih titling yang agak lama makan waktu sekitar 4 sampai 5 jam baru bisa kita ulik baru ketemu lah istilahnya itu malem tuh jadi kita mau kirim online kan, malam present, malam preview baru dapet title nya itu sekitaran jam 11 sampai jam 11.30, kita baru bisa kirim sekitar jam 12 an. Nah cuman kalau untuk warna sih itu ada beberapa kali tektokan sih untuk warna, begitu udah Oke baru kita kasih visualnya.

P: Tadi kan Kak Ades sempet bilang nih kalau semua udah oke misalnya, apakah ada dilakukan proses verifikasi mengenai hasil editing videonya sendiri?

I: Pasti, untuk verifikasi sih itu pasti itu ehh setiap kalau tau bahasa editing tuh ada 3 bagian yaitu: offline, grading sama online. Nah, offline itu kan cut to cut nah itu kita



cuttingannya itu kita kirim kalau ngak salah 2 kali atau 3 kali. Jadi, mereka revisi 3 kali lalu cuttingan udah oke dan udah sreg sama cuttingannya baru kita kasih atau masukan warna. Kedua itu grading, nah grading itu lebih banyak dari director sih sama editor kasih input nih kira-kira warnanya kayak gimana dan itupun harus di review 2 kali sampai kita baru ok ternyata. Nah baru masuk di online, kita kasih visual effect sama dikasih titlenya. Nah, titlingnya onlinenya paling terakhir kita ulik dari jam 8 baru jam 11 malam kita ketemu yang oke sambil merapihkan yang lain. Jadi, verifikasinya sih ehh dari client itu kirim 5 sampai 7 kali preview baru kita kirim untuk deliver yang terakhir nya.

P: lalu nih, untuk Strategi Kreatif yang dipakai di video itu apa?

J: kalau pertama sih ehh dari sisi lagunya sih harus kuat kalau dari lagunya udah kuat kita tinggal eksekusi eeehh kreatifnya dari sisi lagunya dari Marion Jola nya sama Rizky Febian nya nah ada encode masuknya itu dari sisinya jatuhnya apa ya ehh aktingnya lah, chemistry dari dua talent tadi tuh si Marion Jola sama Rizky Febian kalau misalkan dua orang itu awkward kayak masih kayak orang gak dikenal nah itu agak susah tuh dilihat dari secara pengadeganannya ya. Cuman dari sisi ini, mereka sudah oke dan sudah bagus dari mereka nya tinggal dibuat lebih akrab lagi di lokasi. Nah...untuk secara kreatif visual, lebih ke story sih. Jadi, kita cari yang kuat gitu dan kita kaitin sama video klip yang sebelumnya soalnya kan video klip sebelumnya itu judulnya pergi menjauh dari manannya sampai ke luar negeri kan. Nah abis itu kita balikin lagi nih ceritanya itu si manannya balik deketin nah kita sambungin tuh dari situ ceritanya jadi berkesinambunghlah antara video klip sebelumnya. Kalau dari sisi ini sih dari sisi experience aja sih dari sisi director kan mungkin persepektif-perspektif apa yang pernah ini dia coba ulik dari sisi scene nya, konsepnya mau seperti apa nah tinggal kita cari ehh lokasi yang sesuai sih. Jadi waktu itu sih dapet yang oke tuh ehh ketemunya satu resto yang tematiknya waktu itu American Restaurant lah jatuhnya jadi bukan breakfastlah jadi

Hak Cipta milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

*bukan yang minimalis bukan resto yang kafe yang ini emang Amerika banget dan emang looknya agak unik waktu itu udah itu kita vlownya bisa ya udah abis itu sisanya tinggal kita eksekusi sesuai dengan vlownya sama tinggal editingnya kita mantepin lagi kreatif produksinya.*



Ades Viyatmaja

Produser AVCD Films

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## LAMPIRAN 2

### Transkrip Wawancara Informan 2



Nama : Rizky Jusuf  
Posisi : Director AVCD Films  
Tanggal Wawancara : 22 Juni 2022  
Lokasi Wawancara : Enablerspace.id (Jl. Bintaro Raya No.8, RT.2/RW.10, Kby. Lama Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12240)

P: Peneliti I: Informan

P: Dari sudut pandang Kak Rizky sebagai seorang director, Bagaimana pelaksanaan ide dari pembuatan Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: *ehh... prosesnya sih eh hh awalnya kan kita biasanya kalo dari label itu kan dikasih materi musiknya dari demo terus kita juga dikasih lirik sama salinan lirik. Nah dari situ, gw discuss sama tim kira-kira ada key message nya gak dari lirik-lirik itu. Nah biasanya kita ambil dari kata-kata yang biasa sering muncul atau tema keseluruhan darilagunya dari liriknya dari situlah kita ngambil konsep besarnya dulu misalnya Tak Ingin Pisah itu kan eh h tentang orang yang udah pernah pacaran terus berbalikan gitu dari ada bagian lirik yang ngegambarin itu makanya kita angkat ceritanya itu pasangan yang udah lama gak ketemu karena mereka putus hubungan akhirnya mereka ketemuan lagi.*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie







P: oke, kan itu dari pelaksanaan ide dari pembuatan Video Klipnya. Nah, kalau dari Client Briefnya sendiri itu sendiri seperti apa diberikanny?

I: *Client Briefnya kalau misalkan dari label ehh cukup lagu doank sih biasanya cuman lagu sama lirik kecuali untuk artis-artis tertentu yang memang punya idealisme misalnya kayak Gloria Jessica. Nah, dia itu punya visilah ehh visi pribadi terhadap lagunya karena kebanyakan lagu-lagunya dia bikin sendiri ya. Jadi untuk beberapa artis yang dia bikin sendiri lagunya itu, mereka punya ehh pandangan kreatif jadi biasanya gw discuss langsung sama artisnya tapi mostly sih dari label itu pure cuman demo sama lirik doang.*

P: nah, kalau tadi kan Client Briefnya, pertanyaan ketiga adalah Bagaimana proses pembuatan storyboard dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi itu seperti apa?

I: *Ya itu tadi yang seperti udah gw jelasin sebelumnya, dari lagu ehh lirik biasanya gw ehh bikin logline itu Ades biasanya tuh Produser, jadi bikin loglinenya oh ini ya key messagenya ini pesan yang mau kita ehh ajuin gitu secara visualnya. Nah, dari situ gw bikin eh gw gw nyari refrence gambar oohh moodline nya begini nih nah gw kumpulin aja kayak moodboard gitu bikinnya terus kumpul-kumpulin biasanya sih PA gw yang nyusun gambarnya misalnya cahaya terobosan terus shadow terus kesendirian misalnya nah kayak gitulah gambarnya itu dikumpulin dalam satu page. Nah, itu kayak stage awalnya lah gitu.*

P: Nah, kan tadi udh dibikin nih story board sama storylinenya. Nah.... gw pengen tau nih apakah ada proses verifikasi dari storyline maupun story board yang sudah dikerjakan oleh tim kreatif kepada client?

I: *Kita present. Jadi dari moodboard itu kita bikin deck ehh biasanya tuh udah di breakdown tuh moodboard yang secara keseluruhan tadi udah di breakdown per lirik*



per bait. Ehhh lirik biasanya ada verse 1 reff terus verse 2 interlude reff terus interlude lagi. Nah udah udah diturunin tuh misalnya satu page ini gambarnya ada misalnya 2 cewek dan 1 cowok terus ehhh terus refrence untuk set lypsinc nya sama master lypsinc nya sama set adegan dari gambar yang satu halaman ini, kita turuinlah ehhh misalnya ke intro all bro misalnya yang ini oke nih comot yang ini terus tambah-tambahin lagi yang masih satu turunan sama gambar yang tadi selanjutnya ohh kayak gitu ooh reff nya kayak gini ya tapi gambarnya kayak gini setnya begini. Jadi kayak ada master bootnya satu page ini.

P: Oke kalau tadi kan dari storyboard sama storylinenya nih. Pertanyaan kelima itu, gw pengen nanya gimana sih proses shooting video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: ehhh, ini ya. Kalau proses shootingnya sih haha terlalu luas sih. Gw ambil dari sudut pandang gw sebagai director. gini sih, dalam semua proses pembuatan video, proses shooting. Itu kan ada namanya PPM. Nah, dari proses yang tadi sebenarnya agak jumping, jadi proses verifikasi dari client yang tadi kita present itu nah udah di approve nah itu kita ada namanya PPM atau Pre- Production Meeting. Jadi, biasanya semua crew itu, keypersonnya itu meeting sama gw, gambarnya mau kayak begini ya misalnya ada sound, soundnya mau kayak gini terus lighting, kalau editornya bisa dateng langsung gw brief mau editingnya secara gimana itu ada di Pre- Production. Jadi, pas proses shooting itu mereka udah tinggal ngejalanin doank nah paling gw ada beberapa adjustment kayak misalnya ehhh ternyata pas diaplikasiin di set di real setnya ngak sesuai sama plan. Nah itu biasanya dari berapa adjustment disitu dan gak jauh-jauh dari pre pro nya biasanya.

P: ehh, selama proses shooting, apakah ada kendala dalam pembuatan video klip tersebut?



I: *Kendala sih ada sih drama-drama pas shooting itu pasti ada misalnya weathercondition itu kan juga kendala tiba-tiba turun hujan padahal kita udah ehh baca weatherforecast udah oke semua udah oke dan kita daylight available light terus tiba-tiba hujan itu biasanya ada adjustment kita entah itu kita ngambil yang scene indoor dulu atau kita bener ngubah location tapi itu dengan approval dari client.*

P: Menurut Anda, bagaimana proses editing dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: *proses editing ehgg gini, tiap project itu kan beda-beda ya kayak treatment nya beda-beda, pendekatannya juga beda-beda dari segi warna ehgg karakteristik pewarna tapi kan ada banyak nah biasanya gw dari awal pas dapet dan gw udah dapet konsepnya itu gw komunikasiin ke produser ehgg ohh kayak gini nih editornya ini nih dan colour research nya ini nih ehgg dan biasanya yang udah gw tunjuk itu udah biasa kerja bareng sama gw nah dia udah tau lah kira-kira depthnya mau kayak gini nih kayak ehgg kita persepsi warna hijau aja kalo misalnya beda refrensi bisa beda misalnya gw mau hijauanya kayak gini ya ada blueish nya, editor yang gak biasa kerja bareng kan beda juga oohh yang dia dapet gitu dan itu berpengaruh.*

P: Nah, kalau proses editingnya ada ngak kendala- kendala yang ditemukan dalam proses editingnya?

I: *awal-awal iya, biasanya itu kalibrasi di awal lah misalnya editor baru yang ehgg storyline nya bagus tapi baru pertama kali kerja. Nah, biasanya ada adjustmentnya dulu tapi kalau terkait sama project Tak Ingin Pisah itu semuanya ehgg udah pernah kerja bareng. Ehgg ngak ada kendala sih karena secara konsep gambar pun udah dimatengin gitu, oh jadi gw mau Tak Ingin Pisah ini kan pertama kali gw bikin pake spectrum jadi kita pake neon warna ungu, biru sama hijau nah namun lampu yang secara practical yang ada di dalam industri waktu itu belum terlalu okelah secara teknologinya secara*

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



teknisnya semuanya ngak ada kendala kalo menurut gue yak arena editornya ngerti apa yang gw mau.

P: selanjutnya setelah proses editingnya selesai, apakah dilakukan verifikasi mengenai hasil editing dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

J: ya kita kirim untuk Yang Tak Ingin Pisah eh offline dan mereka preview dan terus mereka ada feedback ehh bagian sini Lala keliatan kurang bagus eh Rizky nya ngak gini ya, paling ya kita mainin adjustment nya sih, grading misalnya udah okay applied udah log secara sequence nya oke barulah kita masuk ke grading dan grading biasanya barengan sama online dulu sih.

P: Kalau menurut Kak Rizky, strategi kreatif apa sih yang dipakai dalam memproduksi Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi?

J: strategi kreatif ya. Waktu itu tuh belum terlalu umum lah ehm si spektrum warna itu. Makanya pendekatan yang pengen gw ehhh kasih di video klip ini tuh karena sebenarnya secara lirik kan simpel kan begitu ya, cinta-cintaan lah ama orang yang mau balikan. Kalau gw pake drama yang bener-bener suara lighting ngeri lah jadi biasa aja karena ini Iki sama Marion Jola dan waktu itu pas Marion Jola baru mau naik tuh, nah disini tuh gw coba pendekatannya lebih kearah modern terus agak-agak kearah futuristic tapi gw tapi gw kemas dengan property-property yang gw pake juga masih ada sentuhan klasiknya juga gitu.

P: nah, berhubung kak Rizky ini juga sebagai creative nya juga, gw punya beberapa pertanyaan nih mengenai kreatif. Nah kan tadi sebelumnya udh di jawab tuh di wawancara sebelumnya kayak proses produksinya dan sebagainya, sekarang ini yang mau gw tanyain adalah ada ngak sih campur tangan dari pihak lain dalam proses pembuatan video klip Tak Ingin Pisah lagi.?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik IBI KK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



I: *So far sih ngak ada campur tangan dari orang lain dan itu pure dari kita sendiri, mereka sendiri hanya kasih lagu dan liriknya saja sisanya pure kita sendiri yang buat.*

P: *kalau tidak ada campur tangan dari pihak lain, strategi kreatif apa yang dipakai dalam Menyusun storyboard dan storyline nya?*

I: *ya itu tadi, kita coba cari hal-hal yang sebenarnya dari mereka juga secara lirik ya atau ehh dari musiknya atau instrument nya cuman kalau dalam hal ini dalam Tak Ingin Pisah ini, kita bener-bener literal sih apa sih ehh namanya bagian-bagian lirik yang menggambarkan pasangan yang pengen balikan itu kita coba angkat dari main storynya.*

I: *Nah, eh eh sebenarnya ada kayak konsep tersirat sih jadi kita kan mainin spektrum tapi gimana caranya ini biar keliatan natural gitu nahh kita pakai pendekatan ehh namanya day dreaming. Mereka tuh sebenarnya ngobrol, mereka bercengkrama gitu sebenarnya semua ada dalam pikiran mereka, makanya kalau dilihat di intro itu mereka diem-diem dalam real life nya mereka diem-diem tapi di mimpinya mereka saling berkomunikasi. Setelah itu kan gw ngebrief editor ada beberapa efek yang ditambihin dari mereka masuk ke mobil segala macam kan itu typenya anak muda. Nah itu pendekatan yang gw pake.*

P: *Selama proses shooting berlangsung, apakah ada tambahan strategi kreatif selama proses shooting berlangsung?*

I: *seperti yang tadi gw bilang sebelumnya. Dalam video ini tuh gw pake pendekatan day dreaming kayak yang tadi udah gw jelasin diatas sih. Itu aja yang gw pake.*

P: *yang terakhir nih. Ide - ide khusus selama proses editing tersebut muncul dari siapa?*

I: *Ada, ehh kayak bagian-bagian misalnya gw itu gw ngebrief nya bilang ki masuk ke mimpinya itu dibikin efeknya dipenyok-penyokin dikit gitu tapi dikit aja biar secara kita*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

nih eksekutor itu ngasih ruang-ruang sendiri lah oh ini bagian ini, nah terus secara subliminal kan masuk ke penonton gitu walaupun ngak secara jelas gitu sih dari gw.



Rizky Jusuf

Director AVCD Films

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### LAMPIRAN 3

#### Transkrip Wawancara Informan Ketiga



Nama : Zidan Rizieq

Posisi : Editor AVCD Films

Tanggal Wawancara : 22 Juni 2022

Lokasi Wawancara : Enablerspace.id (Jl. Bintaro Raya No.8, RT.2/RW.10, Kby. Lama Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12240)

P: Peneliti I: Informan

P: Halo Kak Zidan, saya boleh minta waktu untuk *Interview* sebentar?

I: *Boleh*

P: Oke, sebelumnya maaf nih gw udah ganggu waktu lu jauh- jauh dari Bogor ke kantor AVCD nih. Bisa kan?

I: *Bisa kok.*

P: Oke kita langsung mulai aja, kalau menurut lu, Bagaimana sih proses pelaksanaan dari ide pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: *Eehhh kalau ide kreatif dari pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi, kalau menurut gue sih dari sisi pandang editor, itu lebih ke mungkin ya konsep- konsep yang emang di*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Nama

Posisi

Tanggal Wawancara

Lokasi Wawancara

P: Peneliti I: Informan

P: Halo Kak Zidan, saya boleh minta waktu untuk *Interview* sebentar?

I: *Boleh*

P: Oke, sebelumnya maaf nih gw udah ganggu waktu lu jauh- jauh dari Bogor ke kantor AVCD nih. Bisa kan?

I: *Bisa kok.*

P: Oke kita langsung mulai aja, kalau menurut lu, Bagaimana sih proses pelaksanaan dari ide pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: *Eehhh kalau ide kreatif dari pembuatan video klip Tak Ingin Pisah Lagi, kalau menurut gue sih dari sisi pandang editor, itu lebih ke mungkin ya konsep- konsep yang emang di*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







P: Nah, misalnya storyboard sama storyline nya udah jadi nih, yang pengen gua tanyain itu, gimana sih proses verifikasi terhadap storyboard dan storylinenya itu seperti apa?

I: *Kalo secara proses storyboard, storyline sama ide kreatifnya dari director ke client eeh gua nggak tau jelas karena gua nggak ikut langsung secara produksi dan prepro itu.*

*Mungkin cuman pandangan dari gua aja, ya... itu verifikasinya lebih dari produser, director sama client sih. Emang cuman lebih ke diskusinya kemana gitu ya buat scenenya kemana yaa... kurang lebih kayak gitu kalo menurut gua.*

P: Kalau menurut lu, proses shooting dari Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi itu seperti apa?

I: *Eehh kalau gua liat dari hasil kerja Video Klip ini kurang lebih sih nggak ada kendala, ya terus juga emang eeh... dilihat dari shoot hasil shootingan video klip ini, gua nggak terlalu gimana- gimana dan emang nggak ada kendala apa-apa dan terus juga gua nggak ikut shooting langsung mungkin dari cara pandang gua eh shootnya bagus dan emang nggak ada kendala gitu dan gua udah tinggal nyusun ide kreatif dari director dan gua tinggal udah tambahin yang beberapa pake kreatif dari gua, itu aja sih.*

P: Nah yang lu liat dari hasil shootingnya itu, ada nggak sih lu temuin kayak kendala proses shootingnya?

I: *Nah, tadi kan gue udah bilang kalau dari pandangan gua sendiri proses shootingnya udah bagus dan gua nggak nemuin adanya kendala dalam proses shootingnya hanya tinggal ditambahin apa yang director mau ama gua tambahin beberapa kreatif ide dari gua. Udah gitu aja sih.*

P: Menurut lu, gimana sih proses editing dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

I: *Kalau menurut gue sih, gue sih lebih ke arah ngeliat dulu shot-shotnya sama gw diskusi dulu sama directornya enak nya gimana sih dan secara keseluruhan yang gw lihat sih lebih*



*ke rana anak muda, lebih ke dapetin feel warmingnya gitu makanya banyak shotnya pelukan, pegangan tangan ya... kurang lebih kayak gitu sih jadi gw ngikutin alur yang diminta oleh director terutama ada beberapa scene seperti contoh kayak masuk ke mimpinya itu harus kayak gimana nih dimasukinnya scene yang untuk ke dalam mimpinya tuh kayak gini dan sebisa mungkin gw harus cut nya pas lagi moment yang bener bener pas masuk ke lirik ini kayak yang shot lagi sweet moment editingnya seperti apa.*

**P:** Oke, itu kan tadi mengenai proses editingnya, nah sekarang itu, ada ngak sih kendala-kendala yang ditemui saat melakukan proses editing video klip tersebut?

**J:** *kendala sih ada kayak yang tadi Kak Rizky bilang, kan gua ini istilahnya udah lama kerja bareng ama Rizky ama Ades, jadinya gw udah tau apa yang mereka baru kalau misalkan masih ada yang kurang ya gua liat lagi dan discuss sama Rizky sama Ades kurangnya dimana. Kalau menurut gua sih ini lebih ke arah editor baru, sejauh ini kendala ngak ada selama kita udah tau apa yang produser sama director mau, itu sih menurut gua.*

**P:** Menurut kak Zidan sendiri, Apakah dilakukan proses verifikasi mengenai hasil editing dari video klip Tak Ingin Pisah Lagi?

**J:** *Kalau dari gua, selama gua ngedit, gua sendiri ngebikin yang gw rasain untuk ngeditnya itu baru gw discuss sama director. Kalau directornya udah suka ehhh kalaupun ada diskusi ini ada yang kurang nih disini nah itu perlu di adjustment lagi kalau misalkan satu pemikiran gw sendiri editornya sama directornya udah oke baru kita lempar dari clientnya.*

**P:** ehh selama proses editing pasti kan muncul tuh ide-ide baru kayak misalnya minta penambahan efek dan sebagainya, apakah ada ide-ide yang muncul selama proses editing berlangsung?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



I: ya, untuk penambahan ide secara kreatif untuk editing menurut gw pribadi ehhh kayaknya masuk nih buat gw tambahin efek ini tapi untuk gw, gw kasih sounding dulu nih ke directornya mas, kira-kira cocok gak yah pake efek ini cuman gak semuanya cuman beberapa scene scene doang untuk lebih liat kayak masuk nih ke day dreamingnya gitu kan misalnya sama efek spektrumnya tapi warna tetap ada tapi lebih soft pakai efek yang benar-benar masuk ke scenenya itu, nah kurang lebih kayak gitu.

P: Kalau menurut kak Zidan sendiri, Ide-ide tersebut muncul dari siapa?

I: kalau menurut gw sih itu sih bedasarkan dari pemikiran gue sendiri maupun director sendiri sih, tinggal ngikutin apa yang director mau sama paling kita discuss lah di bagian mana yang masih harus diperbaiki atau kurang bagus terus mau ditambahin efek apa supaya videonya jadi bagus dan indah gitu buat ditonton, itu sih kalau menurut gw.

P: Nah yang terakhir, bagaimana cara Kak Zidan mewujudkan editing tersebut?

I: ya, kayak tadi yang udah gw bilang sebelumnya, dimana gw sendiri sih sounding dulu sama mas Rizky, kalau misalkan kayak tadi yang saya bilang masih perlu ada tambahan apa ya saya tambahin dulu misalnya efek spektrum terus efek dream day udah pas apa belum, nah ehhh kalau memang misalnya udah pas dan cocok baru tinggal eksekusi dan diserahkan ke client itu aja sih kalau menurut gw.

Zidan Rizieq

Editor AVCD Films

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## LAMPIRAN 4

### Transkrip Wawancara Triangulator

Nama : Mohamad Prabowo Adi N  
Posisi : *Editor dan Video Creator* di  
One Id Entertainment  
Tanggal Wawancara : 26 Juli 2022  
Lokasi Wawancara : Whatsapp Call



P: Peneliti I: Informan

P: Halo, Mas Prabowo... sudah bisa ya aku telepon sekarang. Aku mau tanya-tanya nih ehhh aku kan kebetulan lagi skripsi nih ci nah judul skripsi aku itu tentang Strategi Kreatif Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian *feat* Marion Jola, nah ehhh jadi aku mau minta pendapat mas sendiri mengenai Video Klipnya nih dari pandangan yang mas Prabowo teliti. Eeehh untuk sekarang ini, mas Prabowo lagi sibuk buat project apa?

I: *oke, sebelumnya aku kenalin diri aku dulu. Halo Aldo, nama aku Bowo, aku bekerja sebagai Videographer editor di One ID Entertainment. Kerjaku tiap harinya sebagai videographer itu shooting, terus sekalian juga sebagai editor dan kebetulan, aku pernah beberapa kali terlibat di konten behind the scene nya pembuatan MV nya milik Unity. Itu Boyband Indonesia. Kalau untuk Project sekarang ini, untuk yang benar- benar ngerjain MV sekarang ini lagi gak ada ya...ehmmm kalau setiap ada MV setiap kali yang ngerjain itu Vendor. Itu kebanyakan dari vendor. Jadi itu dari team aku, team contentnya 1 id itu*



Nama

Posisi

Tanggal Wawancara

Lokasi Wawancara

P: Peneliti I: Informan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*ngurusin bagian behind the scene dari MV itu, kalo terakhir banget itu sih bukan MV ehhh tapi video klip kolaborasi antara UNITY sama salah satu rapper salah satu grup band Indonesia juga, itu ngerjain typer project. Ehh bukan MV tapi Video Klip kolaborasi ehhh itu sih yang terakhir aku kerjain.*

**P:** Untuk saat ini, sudah pernah membuat video apa saja?

**I:** *kalau untuk dari segi videography nya, itu aku ngerjain ehhh vlog-vlog untuk UNITY dan vlog-vlognya itu biasanya di backstage, ehmmm lagi ada acara panggung dimana, terus ada backstagenya bareng unity terus itu ada behind the scenenya. Itu aku yang kerjain terus ehmm sama video terkait brand ehhhh kerjasama sama brand itu ehhh aku sama tim aku yang biasa ngerjain. Kebanyakan sih vlog. Vlog-vlognya itu vlog-vlog digital ehhh juga vlog-vlog daily vlog terus kayak talk show sama game show gitu. Gitu sih yang biasanya aku kerjain.*

**P:** Untuk sekarang, Mas Bowo bekerja sebagai apa dan lokasi tempat kerjanya dimana?

**I:** *kalau sekarang aku bekerja sebagai Videographer editor di 1 Id enterntainment. Jadi One1 id Entertainment itu sebuah agency yang ada di Indonesia gitu. Mungkin kalau di Korea ada SM Entertainment aku kerja di One1 id Entertainment jadi kalau di Indonesia, talent managementnya beberapa artis dan influencer Indonesia gitu.*

**P:** Menurut Mas Bowo, boleh jelasin dong konsep sinematografi apa yang dipakai dalam video klip tersebut serta boleh jelaskan mengenai konsep video tersebut baik editing nya sama beberapa penggunaan efek seperti spectrum Colouring, Day dreaming, set latar, efek snow, penggunaan mobil tua dan efek air hujan, bagaimana anda melihat hal tersebut?

**I:** *ehh oke, aku udah liat ya videonya, jujur aja aku baru liat eh ini nya Video Klipnya. Kalau menurut aku sih bagus ya konsep ehhhh bagus ehh tiap makna yang mau disampaikan itu. Kalau yang aku lihat dari sisi sinematografinya itu. Yang pertama, itu*

Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*dia mainin apa Namanya angle ya...ehh mulai dari yang wide sampai ada yang medium close up terus ada yang close up. Nah... itu kan sesuai sama ehhh apa namanya motivasi dari adegan itu kan ehh awal-awal kan pas mereka lagi berdua, duduk berdua sama hadap-hadepan lihat orang itu kan pakai angle wide angle buat nunjukkin oh ini loh lagi ada adegan hadep-hadepan sama orang. Terus ada lagi yang di dalam mobil itu itu pake close up maksudnya oohhh biar kelihatan tuh oohh ada dua orang di belakang mobil ehhh mereka lagi berhadap-hadapan gitu oohh berhadap- hadapan ini apa namanya ada makna bahwa asumsinya mereka berdua punya hubungan; terus ada lagi tuh yang pake close up-up tuh kayak tadi aku bilang ada close up pas mereka pegangan tangan itu tandanya ooh si Marion Jola sama Rizky Febian itu punya hubungan asmara. Eeh asumsi yang bisa diambil itu mereka jadinya balikan pacarana lagi. Ehhh terus dari sisi editingnya, seperti yang kamu bilang tadi, ada day dreaming, ada spectrum light waktu yang pas mereka di dalam mobil itu kan ehh mereka kayak pakai spectrum light ehhhh terus fokus ke si Marion Jola sama Rizky Febian gitu. Oke, itu kayak mau nunjukkin kalau ada adegan satu shot itu menandakan kalau ada dua orang yang sedang interaksi atau sedang membicarakan suatu hal sedang ada keintiman diantara keduanya terus dikasih spectrum light sama di kasih efek yang fokus ke spectrum lighting sama dikasih efek yang dikasih fokus ke tengah- tengah mereka itu makin menunjukkan oh mereka itu lagi ada hubungan asmara terus ehhhh daydreaming juga yang tadi kamu bilang yang ada yang lagi liat-liatan orang satu sama lain terus apa namanya ada scene yang dia lagi diem terus si Marion Jola sama Rizky Febian nyanyi itu padahal mereka sebetulnya diam itu sebagai representasi kalau si Marion Jola dan Rizky Febian saat daydreamingnya di representasikan pas mereka lagi diem.*

Hak cipta milik IBIKKG (statis) Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



P: Oiya aku penasaran nih Mas Prabowo, kan tadi Mas udah nonton nih videonya. Aku pengen tanya ke Mas Bowo, Konsep Kreatif apa sih yang dipakai dalam Video Klip ini, seperti apa menurut pandangan Mas Bowo?

I: *Nah, kalau konsep Kreatif ini kan tadi sebetulnya aku udah bilang dan memang banyak di video itu, kalau menurut aku. Tadi ada scene-scene yang dipakai warna ungu-ungu kebiruan di awal scenenya terus yang di restoran juga pake spectrum lighting juga terus ada juga pake warna coklat yang pas scene ada dua orang eehhh terus ada scene yang dimana lagi berduaan terus mereka jalan sambil ada salju turun kan tandanya itu keromantisan di anak muda terus ada juga tuh di scene yang pas mereka di mobil juga itu mereka pake konsep spectrum colour terus eeh mereka nambahin efek hujan juga di scenenya sebagai pemanis terus di mainin ada efek shade atau bayangan tuh yang di tembok sama mainin landscape sama blur, gitu aja sih dari aku.*

P: Tadi kan itu jika kita melihatnya dari sisi Konsep Kreatifnya, nah di salah satu scenenya itu ada si Marion Jola sama Rizky Febian yang diem- dieman itu pake konsep daydreaming, apakah menurut Mas Prabowo, konsep tersebut merupakan konsep daydreaming. Bagaimana menurut pandangan Mas Bowo mengenai hal tersebut?

I: *tadi kayak yang udah dibilang, kalau menurut pemahaman aku sih yang pas si Rizky Febian lagi diem sama dia yang lagi nyanyi itu sebenarnya apa yang lagi dipikirin sama si Rizky Febiannya sendiri. Jadi itu masuk daydreaming karena itu kan dia lagi nunjukkin sebetulnya tentang perasaan dia ke cewek itu makanya dibuat seperti itu sama ada zone out tuh pas abis dia bengong di flip ke scene yang mereka nyanyi berdua jadi itu kayak lanjutan day dreaming mereka gitu.*



P: Nah, kalau tadi kan dari pandangan mas Prabowo mengenai konsep orang dalam satu scene, Kru AVCD sendiri itu dalam pembuatan Video Klip nya itu menggunakan logline, bagaimana pandangan Mas Prabowo mengenai logline tersebut?

I: *Oke, kalau dari aku sih logline itu udah sama apa yang udah ditulis, nah disini yang di restoran itu ada dua refrensi yang indoor sama outdoor, itu sudah oke sesuai sama loglinenya terus yang colour spectrum warna warn ungu kebiru-biruani itu juga udah sesuai terus sama yang aku bilang nih efek kayak salju atau apalah yang jatuh itu juga udah sesuai sama loglinenya terus dia ada tulis proposed to the location itu juga udah sesuai sama yang di loglinenya terus dari segi wardrobenya juga oke sesuai dengan apa yang mereka tulis. Overall semua sesuai sama apa yang ditulis di moodboardnya itu terus yang di mobil juga sudah sesuai tapi kalau yang aku lihat di loglinya itu cuman gambar mobilnya doank ngak detail sampe ke dalem tapi pas di eksekusinya itu justru beda yang aku lihat di loglinenya sampe ke dalam mobil yang di gambar logline itu. Gitu sih menurut yang aku liat.*

P: nah yang terakhir itu yang pengen aku tanyain itu. Bagaimana penggunaan storyboard dan storyboardnya dalam video klip tersebut?

I: *kalau menurut aku yang aku lihat itu, mereka lebih ke storyboard sih tapi bisa juga keduanya soalnya kan karena kan harus dibuat dulu kayak jalan ceritanya apa sih yang mau diceritakan dalam video klip ini supaya kan bisa dapet gambarannya apa dari video yang mau kita buat tapi kalau menurut aku sih ini jatuhnya ke storyboard karena mereka ada jelasin jalan cerita dari video klipnya itu meskipun cuman pendek aja sih dan itu tergantung dari setiap Produser yang bikin video klip, tapi bedasarkan pengalaman aku selama bikin Video Klip itu aku udah 3 kali itu kebanyakan ada yang pake moodboard*

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik IBI KKG (Institit Esni dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terus storyboard dan storyline, tergantung dari ide si produsernya sendiri. Gitu sih menurut aku.



---

Prabowo Adi N

Editor OneIDEntertainment

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Lampiran 5

### Dokumentasi Proses Penelitian

Dokumentasi	Penjelasan
	<p>Peneliti sedang melakukan wawancara dengan informan pertama yang merupakan seorang produser PT AVCD Films, yang bernama Ades Viyatmaja, yang berlokasi di Kantor Enablerspace.id, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Pada Rabu, 22 Juni 2022, Pukul 15.00 WIB.</p>
	<p>Peneliti saat sedang mewawancarai informan kedua yang merupakan seorang director PT AVCD Films, yang bernama Rizky Jusuf, yang berlokasi di Kantor Enablerspace.id, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Pada Rabu, 22 Juni 2022, Pukul 16.00 WIB.</p>

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<p>Peneliti saat sedang mewawancarai informan ketiga yang merupakan seorang editor PT AVCD films, yang bernama Zidan Rizieq, yang berlokasi di kantor Enablerspace.id, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Pada Rabu, 22 Juni 2022, pukul 16.00 WIB</p>
	<p>Peneliti saat sedang melakukan wawancara dengan triangulator yang bernama Mohamad Prabowo Adi N seorang <i>Editor</i> dan <i>Videographer</i> OneID Entertainment yang diwawancarai di Kawasan Velodrome, Rawamangun, Jakarta Timur pukul 10.00 WIB</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta Utara 14350

**KARTU PROSES BIMBINGAN KARYA AKHIR**

<b>Nomor Dokumen</b>	<b>Tanggal Pembuatan</b>	<b>Tanggal Revisi</b>	<b>Disahkan Oleh</b>
IBIKKG/SPMI/FORM-A.04.06.02-01	Nopember 2017	Edisi 1: Nopember 2017	AREA/UPT/LPM

**Nama** : Nicholas Aldo Minaroy NIM. : 60160020 / Ilmu komunikasi  
**Konsentrasi** : Broadcasting (Penyiaran) Topik : Media Massa a)  
**KRS/Registrasi** : Semester Ganjil/Genap Th. Akademik : 2021 / 2022  
**Dosen Pembimbing** : Alto belli Lobo dally, S.Sos., M.ikom  
**Judul** : Strategi 'kreatif' Dalam video klip "Tak Ingin Pindah" Lagi  
 Ritzy Febian feat Marion Jola.

No	Tanggal	Pokok Bahasan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen	Catatan
1	26/03/2022	Bab I	[Signature]	[Signature]	Chapter 1 dalam LBM
2	02/04/2022	Bab I	[Signature]	[Signature]	Data Compro harus ada
3	09/04/2022	Bab I	[Signature]	[Signature]	Pustaka
4	17/04/2022	Bab I	[Signature]	[Signature]	Sitasi
5	24/04/2022	Bab I	[Signature]	[Signature]	Buat Bab II
6	30/04/2022	Bab II	[Signature]	[Signature]	Teknis
7	14/05/2022	Bab II	[Signature]	[Signature]	Teori! dibenahi
8	21/05/2022	Bab II	[Signature]	[Signature]	STOAT
9	28/05/2022	Bab III	[Signature]	[Signature]	Bab III
10	04/06/2022	Bab III	[Signature]	[Signature]	Bab III
11	13/06/2022	Bab III	[Signature]	[Signature]	Bab III
12	18/06/2022	Bab IV	[Signature]	[Signature]	Daftar pertanyaan

**Catatan:** \*) Coret yang tidak perlu  
 - Bimbingan minimal 8 kali pertemuan dan mencantumkan tanda tangan pada setiap kali bimbingan sebagai bukti telah melakukan proses bimbingan

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta Utara 14350

**KARTU PROSES BIMBINGAN KARYA AKHIR**

<b>Nomor Dokumen</b>	<b>Tanggal Pembuatan</b>	<b>Tanggal Revisi</b>	<b>Disahkan Oleh</b>
IBIKKG/SPMI/FORM-A.04.06.02-01	November 2017	Edisi 1: November 2017	AREA/UPT/LPM

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

**Nama** : Nicholas Ade Miraray NIM : 60160020 / Ilmu Komunikasi

**Konsentrasi** : Broadcasting (penyiaran) Topik : .....

**KRS/Registrasi** : Semester Ganjil / 2021 Th. Akademik : 2021 / 2022

**Dosen Pembimbing** : Abhelli Labadally, S.Sos, M.Ikom

**Judul** : Strategi kreatif Dalam video klip "Tak Ingin Pisah Lagi" Rizky  
Pelin feat Marion Jula

No	Tanggal	Pokok Bahasan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen	Catatan
13	25/06/22	Bab IV	[Signature]	ARS	
14	02/07/22	Bab IV	[Signature]	ARS	
15	09/07/22	Bab IV	[Signature]	ARS	Pembahasan -
16	16/07/22	Bab IV	[Signature]	ARS	
17	23/07/22	Bab V	[Signature]	ARS	Sesuai triangulasi
18	30/07/22	Bab V	[Signature]		
19	06/08/22	Bab V (selesai)	[Signature]		
20					

**Catatan:** - \*) Coret yang tidak perlu  
- Bimbingan minimal 8 kali pertemuan dan mencantumkan tanda tangan pada setiap kali bimbingan sebagai bukti telah melakukan proses bimbingan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

Skripsi dan Magang Kerja

### PERMOHONAN PERUBAHAN JUDUL KARYA AKHIR

Bersama ini saya mengajukan permohonan *perubahan judul karya akhir* dari judul proposal semula, atas nama :

Nama : Nicholas Aldo Minaroy  
 NIM : 60160020  
 Konsentrasi : Broadcasting  
 Topik : Strategi Kreatif Video klip "Tak Ingin Pisah Lagi" Marion Jola feat Rizky Febian

Adapun judul berdasarkan proposal semula adalah :

Strategi kreatif siaran Liga Inggris di NETTV

Sedangkan judul baru yang saya ajukan adalah :

Strategi kreatif Videoklip "Tak Ingin Pisah Lagi" Rizky Febian feat Marion Jola

Perubahan judul skripsi ini atas rekomendasi dan persetujuan dosen pembimbing I dan II.

	Nama Dosen	Paraf
Dosen pembimbing I	: Allobelly Lobodally, S.Sos, M.Ikom	.....
Dosen Pembimbing II	: .....	.....

Jakarta, 3-08-2022  
 Hormat saya,  
  
 Nicholas Aldo Minaroy

Menyetujui,  
 Ketua Program Studi  
  
 Pr. Iroom Nugraha, S.Sos & MA (Comms)

F:06-08-01-01-00-02.01

Edisi : 01 (15 Oktober 2012)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## AVCD FILMS

Conclave Arteri, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 17B, Kebayoran Lama,  
Jakarta Selatan 12240  
Telp. 085100265385  
Email: avcd.films@gmail.com

Jakarta, 22 Juni 2022

Kepada:

N. Aldo Minaroy

Mahasiswa

Universitas Kwik Kian Gie School Of Business

Dengan hormat,

Bedasarkan Perihal Konfirmasi Penelitian mengenai Strategi Kreatif Video Klip Tak Ingin Pisah Lagi Rizky Febian feat Marion Jola oleh saudara kepada perusahaan kami, AVCD films sebuah rumah produksi yang bergerak di bidang pembuatan Video.

Bersama ini kami sampaikan, bahwa saudara benar sudah melakukan penelitian karya akhir di perusahaan kami pada bulan Juni 2022 melalui interview secara tatap muka langsung.

Demikianlah surat ini kami nyatakan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Salam kami,



(Ades Vidyatmaja)

Produser

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.