macromedia

macromedia

Untuk promosi yang l ebi h pri badi / personal , CD Interakti f cocok sebagai medi a promosi offl i ne (Offl i ne maksudnya ti dak perl u terhubung ke i nternet). Kel ebi hannya adal ah kaya unsur mul ti media. Kekurangannya j angkauan publ i kasi yang terbatas dan sangat pribadi.

Ki ta tentu sudah mengenal macam-macam medi a l ai n seperti :

" #

Di bandi ngkan medi a l ai n, al asan anda memi l i h CD Interakti f adalah antara l ai n:

• Kaya akan unsur mul ti medi a

• Lebi h Impresi f dan ‘Fun’

• Mudah dan murah untuk di dupl i kasi (Copy CD)

• Mudah di update / revi si , tapi ti dak semudah Websi te.

• Bergengsi . Perusahaan yang mempunyai websi te dan CD Interakti f akan membuat kesan canggi h / hi -tech.

**Kelemahannya** tentu saj a ada, antara l ai n:

• Jangkauan promosi terbatas secara pri badi . CD Interakti f bi asa di beri kan sebagai souveni r saat ada tamu penti ng, cal on kl i en, event semi nar, presentasi dan pameran.

• Harus menggunakan komputer dan perangkat mul ti medi a untuk

• **Media Cetak**, contoh: brosur, l eafl et, buku, poster, kartu nama, ampl op, map, i kl an di koran, katal og, bookl et, kal ender dl l

• **Media Luar ruang**: contoh: Bi l l board, Spanduk, X-Banner, Baliho, Neon Si gn, Backdrop dl l .

• **Media Elektronik :** contoh: Internet, T el evi si , VCD, DVD, Radi o, Hand Phone, termasuk CD Interakti f

• Dan **media lain** seperti Kaos, T opi , Gel as, Mug, Gantungan kunci, Etal ase, payung, fl oor Stand dl l

Di medi a el ektroni k, websi te cocok sebagai medi a promosi onl i ne

(Onl i ne maksudnya terhubung ke i nternet). Kel ebi hannya adal ah

j angkauan publ i kasi yang sangat umum dan l uas (sel uruh duni a). Kekurangannya adal ah kurang l ayak untuk mul ti medi a (vi deo dan audi o) karena bandwi dth yang masi h rendah di Indonesi a.

membukanya.

• Data-data yang di si mpan dal am CD bi sa di baj ak / di ambi l pi hak yang ti dak bertanggung j awab.

• Perl u waktu & penyesuai an untuk mempel aj ari i nterfacenya.

• Harga bi sa l ebi h mahal di bandi ng cetakan, j i ka banyak unsur mul ti medi a dan data yang harus di ambi l

! $ % & $ '( ) %( \*

CD Interakti f terdi ri dari kata *CD* dan *Interakti f*. *CD* adal ah medi a penyi mpanan data yang merupakan si ngkatan dari Compact Di sc. Sedangkan *Interakti f* adal ah komuni kasi 2 arah atau di sebut j uga **dialog**. 2 arah maksudnya adal ah ki ta i kut akti f untuk menentukan

j al annya materi , seperti pada game dan websi te. Ji ka hanya 1 arah /

**monolog**, ki ta hanya dapat menonton j al annya materi dari awal sampai akhi r seperti menonton fi l m atau mendengar musi k. Ji ka di arti kan secara sederhana, CD Interakti f adal ah Materi yang bi sa di akses sesuai kei ngi nan pengguna dal am medi a CD.



!

macromedia

macromedia

CD Interakti f bi asa ki ta di gunakan untuk pembel aj aran, presentasi , promosi dan game. Materi -materi bi sa l angsung di akses dari CD tanpa harus mel al ui proses i nstal asi yang membosankan.

Sel anj utnya CD Interakti f bi sa di si ngkat penul i sannya menj adi CD-i .

+ ) $ $ ,- ( ' . ) \* & )-$ ' Bab i ni hanya membahas CD-i untuk Profi l Perusahaan (Company Profi l e) saj a. CD-i i ni bi asanya di beri kan sebagai souveni r pada klien, materi presentasi untuk tamu kantor, presentasi saat pameran, seminar dl l . T uj uan di buat CD-i tersebut untuk l ebi h mengenalkan bidang usaha, pamer prestasi yang pada akhi rnya membuat i mage yang bai k pada perusahaan.

Untuk membuat CD-i bi asanya bi sa di bagi beberapa tahap umum antara l ai n:

1. Ri set *(Research)*

2. Konsep *(Concept)*

3. Pengumpul an Data *(Data Resources)*

4. Pra Produksi & Produksi Masteri ng *(Producti on)*

5. Dupl i kasi CD

Atau bi sa di gambarkan sebagai beri kut:

yang bersi fat umum. Dengan demi ki an anda akan mengetahui kondisi sebenarnya dari perusahaan tersebut, sehi ngga anda bi sa merasakan dan menj i wai semangat kerj a di perusahaan tersebut. Untukmelakukan ri set memerl ukan waktu kurang l ebi h 1 mi nggu.

! % "

Setel ah anda mempunyai bayangan umum terhadap perusahaan tersebut, ki ni anda seharusnya cukup percaya di ri punya banyakbekal pertanyaan untuk sang kl i en. T ahap i ni l ebi h banyak bertukar pi ki ran antara perusahaan / kl i en dan anda sebagai pembuat CD-i . Pembuat CD-i harus mengerti tekni s dan detai l pengerj aan CD-i agar keinginan kl i en bi sa terpenuhi . Yang l ebi h penti ng kei ngi nan klien bisa ditampung pi hak pembuat CD-i . Namun ti dak sel al u kei ngi nan kl i en ki ta teri ma

100%, akan l ebi h bai k j i ka pi hak pembuat CD-i bi sa memberi kan

masukan berupa i de ceri ta, audi o vi sual yang kreati f dl l .

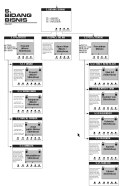
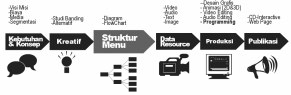
Setel ah berdi skusi panj ang l ebar, pi hak pembuat CD-i bi sa segera

membuat skenari o (berupa struktur CD-i ni dan storyboard), sekal i gus menghi tung harga pembuatan proyek CD-i i ni .

**a. Struktur Menu**

Struktur menu CD-i l ebi h mi ri p fl ow chart. Interface terdi ri dari tombol, teks, gambar, suara dl l , agar pengguna bi sa menggunakan CD-i

dengan mudah, komuni kati f dan menyenangkan. Dari Strukturmenu ini bi sa terl i hat seberapa rumi t proyek CDi anda.



) ) /

T erl ebi h dahul u anda harus menggunakan mengadakan penel i ti an

tentang perusahaan kl i en. Ri set bi sa dengan cara :

• Wawancara dengan karyawan dan di reksi

• Wawancara dengan Kl i en Perusahaan

• Membaca buku & brosur profi l perusahaan

• Membuka websi te perusahaan

• Foto-foto dl l .

Yang penti ng anda harus mendapatkan data berupa angka, teks dan

gambar. T entu saj a data tersebut bukan yang bersi fat rahasi a, namun

+ 0

macromedia

macromedia

**b. Storyline**

Storyl i ne l ebi h mi ri p ceri ta pendek. Storyl i ne di buat jika ada pembuatan

vi deo profi l e dal am CD-i . Ol eh karena i tu perl u i de ceri ta yang kreatif, konsep vi sual yang menari k, teks yang i nformati f, komuni kati f,

sehi ngga menj adi Skenari o yang berkesan bagi yang menyaksikannya.

VCD / Vi deoCD nya sel ai n CDi agar bi sa di j al ankan di CD/DVD Player rumahan tanpa harus sel al u menggunakan komputer

c. **Time Frame / Schedule**

T i me Frame / Schedul e di buat agar proyek cd-i terj adwal dan tepat

waktu. Karena waktu adal ah aset yang sangat berharga. Di si ni profesi onal i tas dan kredi bi l i tas anda akan di uj i .

Agar vi deo tersebut menari k, bi asanya mempunyai pol a yang sama sebagai beri kut. Awal nya tampi l ani masi openi ng dengan adegan menari k, sehi ngga mood audi ence meni ngkat. Lama –lama mood akan turun ol eh karena i tu perl u transi si berupa ani masi *bumper*. Pada akhi rnya mood audi ence harus meni ngkat sampai mencapai kl i max dengan adegan - adegan & musi k yang cepat.

Proses pembuatan Vi deo Profi l e adal ah tahap yang paling rumit, biaya produksi terti nggi ada di tahap i ni . Ada bai knya anda buat j uga versi

Di tahap i ni anda mungki n banyak berdi al og, di skusi , presentasi, jalan- j al an, makan-makan, *entertai n* dengan kl i en agar hubungan anda dan kl i en berj al an bai k. Kemampuan tentang manaj emen, marketing, lobi dan i de kreati f sangat menentukan untuk mel anj utkan ke tahap

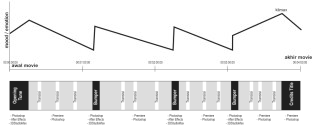
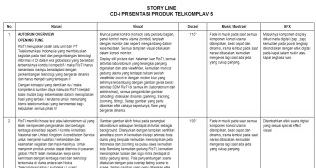
sel anj utnya.

Setel ah bul ak-bal i k *meeti ng*, akhi rnya Skenari o berupa Sruktur CD-i

dan Storyboard sel esai anda buat dengan matang. Sebaiknya skenario i ni di sepakati kedua pi hak, karena j i ka ada perubahan fundamental , bi sa-bi sa anda harus mengul ang dari awal dan kerj a 2 kal i , repot kan? T ahap pembuatan konsep i ni bi sa memerl ukan waktu cukup l ama, karena seri ng anda akan seri ng rapat, di skusi , mengatur j anj i, bertemu orang baru, presentasi , j al an-j al an, ngobrol ngal or-ngi dul , basa-basi, menunggu dl l .

Berdasarkan skenari o (Storyl i ne, Struktur menu dan T i me Frame)anda

sudah bi sa membayangkan kerumi tan proyek tersebut, sehi ngga bisa di buat kepasti an tentang harga (j uml ah dan termi n pembayaran)dan kesepakatan kerj a (surat perj anj i an kerj asama / SPK). *It’ s ti me for Busi ness!*



1 2

macromedia

macromedia

+ 4 "4 5 ) 4

Setel ah skenari o di sepakati , tahap beri kutnya adal ah mengumpulkan

data sesuai skenari o. Proyek pembuatan CD-i memerl ukan banyak format data yang bi sa anda manfaatkan, antara l ai n:

Data bi sa mengambi l dari dokumentasi / stockshot yang sudah ada, Internet, CD Li brary atau mengambi l data baru. Di si ni ki ta hanya membi carakan pengambi l an data baru, karena hal i ni perl u beberapa tri k.

**a. Video**.

Proses pengambi l an vi deo (*vi deo shoot*) untuk Profi l Perusahaan tidak semudah seperti shooti ng acara perni kahan, ul ang tahun atau acara kel uarga. T ahap i ni cukup sul i t, karena banyak orang dan al at yang terl i bat, andapun teri kat kepada skenari o yang di si apkan sebelumnya. Vi deo untuk Company Profi l e beri si antara l ai n tentang **:**

• Exteri or / Bangunan Kantor dan suasana seki tar kantor

• Akti fi tas di Front Offi ce / Mej a peneri ma tamu

• Suasana kerj a

• presentasi & rapat

• Kunj ungan atau T amu

• Produk unggul an yang tel ah di buat

• Proses Pembuatan / Produksi

• Aset / Inventari s Kantor

• Suasana Pameran, Semi nar dan Event – Event l ai n

• Kesepakatan kerj asama & penghargaan

• Acara khusus kantor (Rekreasi , Kunj ungan, Ol ah raga dl l )

• Interi or / Ruang – Ruang penti ng

• Wawancara Di rektur dl l .

Peral atan yang di butuhkan:

• **Camcorder**. Lebi h bai k menggunakan 2 camcorder agar anda dapat menshoot sebuah adegan sekal i gus dari berbagai 2 sudut pandang.

• **Lampu (Lighting).** Penerangan yang ada dal am ruang bi asanya kurang bai k j i ka

di shoot dengan Kamera Di gi tal , oleh karena i tu di perl ukan tambahan cahaya dari lampu. Gunakan l ampu 1000 watt agar vi deo hasil shooti ng terl i hat j el as tanpa ada bi nti k –

bi nti k (noi se).

• **Payung reflektor** dan **Softbox** agar cahaya l ebi h merata dan bayangan l ebi h l embut

• **Tripod**. Untuk menstabi l kan gambar j uga berguna j i ka anda i ngi n menshoot diri anda sendi ri .

T i ps saat vi deo shooti ng:

• Ada bai knya mengambi l data / properti di l uar skenario, siapa tahu ada perubahan skenari o atau desai n yang memerl ukan data / properti tersebut. Mumpung di tahap i ni anda mendapatkan i zin untuk mel i hat-l i hat kondi si dan sel uk bel uk kantor tersebut.

• Rekam seti ap di vi si / bagi an / departemen dari segi ruangan, produk dan karyawannya.

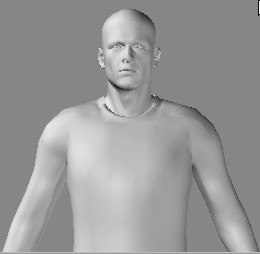
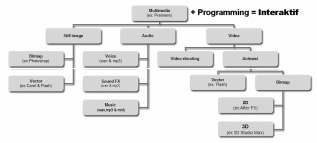
• Bi l a anda ti dak mempunyai peral atan vi deo shooti ng bi sa menyewa ke vi deo shooti ng untuk perni kahan.

• Si apkan cadangan baterai dan kaset / DV yang baru.

• Ambi l adegan mi ni mal 3x dari berbagai sudut agar anda bi sa memi l i h stockshot terbai k.

• Ambi l adegan dari 3 sudut pandang: Cl ose Up, Medi um Shot dan

Long Shot



3 6

macromedia

macromedia

• Umumkan j adwal Shooti ng ke sel uruh pi mpi nan dan staf

• Gunakan T ekni k pergerakan kamera seperti Pan, Ped, T i l t, Dolly,

Zoom, T ruck, Arc dl l agar vi deo l ebi h di nami s.

perusahaan, agar mereka si ap dan ti dak kaget menghadapi camera dan ti m anda.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | • T okoh perusahaan seperti di rektur, menej er, komi sari s dl l , usahakan tampi l dan berbi cara secara tegas, bersemangat tentang |
| kual i tas perusahaannya. Sel ai n ucapan gunakan j uga bahasa  tubuh seperti gerakan tangan, l angkah kaki , gerakan kepal a dan |
| senyuman. |
| • Ji ka ada karyawan wani ta yang berpenampi l an menarik, bisa anda  ‘manfaatkan’ sebagai aktor untuk adegan seperti bersal aman, |
|  |  |  |  |  |  | menel epon, mengeti k, menyambut tamu, presentasi dl l .  • Ji ka di perusahaan tersebut ti dak ada yang canti k, anda bi sa |
|  |  |  |  |  |  | mengaj ak rekan anda, menyewa dari agen model , sekol ah  sekretari s dl l . Untuk urusan i ni anda tentu l ebi h tahu. |
|  |  |  |  |  |  | • T i ps dan tri k tentang shooti ng si l akan tanya orang yang ahl i  tentang penyutradaraan OK? |

**b. Audio.**

Proses pengambi l an vi deo (*vi deo shoot*) pun memerl ukan perhati an

khusus. Banyak persi apan dan pengkondi si an sebel umnya.

• Untuk shooti ng l uar ruang cahaya terbai k adal ah pukul 8-9 pagi dan 3-4 sore. Ji ka shooti ng pukul 11-13 si ang, bayangan akan terl al u kuat dan menutupi obj ek yang di *shoot.*

• Jangan gunakan rekaman vi deo dari Camera / Foto Digital, karena

i ntensi tas cahaya, codec dan resol usi berbeda dengan Camcorder

DV. Ji ka anda mencampuradukkan vi deonya akan terl i hat j el as perubahan nuansanya.

• Anda sebagai sutradara berkewaj i ban mengatur aktor, kameramen dan pengkondi si an suasana ruangan.

• Persi apkan shoot untuk menempatkan obj ek seperti ga dari area shoot, nanti nya untuk penempatan teks saat edi ti ng di komputer.

Bi asanya audi o beri si tentang:

• Sambutan Pi mpi nan & Karyawan

• Kesaksi an dan kepuasan dari Pel anggan Perusahaan

• Scri pt skenari o yang di bacakan Narator di Studi o rekaman

• Musi k background, bi asa menggunakan musi k i nstrumental .

• Sound Effects untuk transi si gambar, ani masi . Data ini bisa didapat di CD Li brary yang banyak di j ual di toko CD atau di CD buku i ni.

Peral atan yang di butuhkan:

• **Mikrofon**. Gunakan mi krofon khusus yang bi asa di gunakan di stasi un Radi o agar suaranya j erni h dan ti dak banyak noi se.

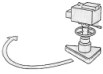
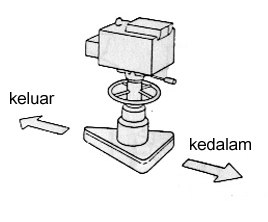
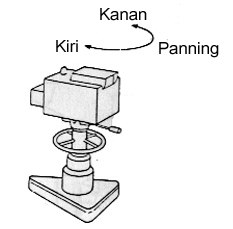
• **Komputer / Laptop.** Untuk menyi mpan hasi l rekaman saat

pi mpi nan sedang rekaman suara *(take voi ce)* di mej a kantornya

• **Studio Kedap Suara.** Untuk suara narator bi sa rekaman di studi o

l engkap dengan mi xer audi o.

Ruangan harus kedap suara agar ti dak ada suara l ai n yang masuk seperti kl akson mobi l atau tukang baso l ewat.



7 8

macromedia

macromedia

T i ps saat T ake Voi ce:

• Ambi l suara mi ni mal 2x agar anda bi sa memi l i h stockshot terbaik.

• Gunakan peral atan rekam l ai n seperti MP3 pl ayer, Tape Recorder, Handphone saat rekaman suara.

• Pi l i h narator dengan l ogat netral i ndonesi a. Jangan terl al u kedaerahan, bi sa-bi sa orang beranggapan perusahaan tersebut hanya khusus untuk daerah i tu saj a. Untuk mendapatkan orang yang cocok untuk mengi si narasi bi sa anda dapatkan di Stasi un Radi o, T el evi si atau sekol ah Broadcast dan Bi ro Arti s. Ji ka mau, bi sa saj a anda membuka *Casti ng* atau *Audi si* untuk mencari SDM yang mempunyai suara emas.

• Jangan sampai sampai sal ah mengej a / ucap bi l a ada teksbahasa Inggri s / asi ng. Ji ka sal ah ucap bi sa memal ukan perusahaan. Misal tul i san ‘mi crosoft’ akan di baca ‘mai krosoft’ bukan ‘mi krosop’

apal agi ‘mi kroskop’!

c.**Foto**.

Sama seperti proses pengambi l an vi deo (*vi deo shoot*), pengambilan

foto waktunya bi sa berbarengan saat vi deo shooti ng. Pengambi l an gambarnyapun sama seperti vi deo shooti ng. Namun ada gambar khusus yang sebai knya di foto antara l ai n:

• Logo perusahaan, Bi l l board, Papan nama, Si gn System dl l

• Al at-al at untuk promosi (Promoti on tool ) seperti brosur, kartu nama, ampl op, kop surat, maj al ah, map, tas, kal ender, spanduk, banner, kaos, topi dl l .

• Foto j aj aran Staf dan Di reksi

• Al at-al at kantor

• Foto pi mpi nan dan komi sari s dengan background khusus

• Aset / Inventari s Kantor

• Adegan khusus seperti j abat tangan, penyerahan penghargaan

• Produk / karya unggul an.

• Prestasi : Vandel , Pi agam, Pi al a Pl akat, Serti fi kasi dl l

Peral atan yang di butuhkan:

• **Foto Digital**. Maki n ti nggi Resol usi (megapi xel ) maka maki n baik hasi l nya. Gunakan foto di gi tal yang mempunyai ISO ti nggi misal

1000 atau l ebi h agar ti dak banyak noi se pada ruangan dengan

cahaya kurang. Gunakan foto di gi tal yang ada fasi l i tas *Image*

*Stabi l i zer / Anti -Bl ur / Anti -Shake / Vi brate Reducti on*

• **Lampu (Lighting).** Saat shooti ng anda bi sa memati kan *bl i ts* dan memanfaatkan l ampu 1000 watt tersebut.

• **Tripod**. Untuk menstabi l kan gambar

**d.Teks**

Anda bi sa memi nta data berupa teks yang ada di brosur, company profi l e, i nternet, struktur organi sasi perusahaan tersebut. Bi asanya

perusahaan mempunyai data teks dengan format:

• Mi crosoft Word (\*.doc)

• Mi crosoft Powerpoi nt (\*.ppt)

• Acrobat (\*.pdf)

• Web (\*.html )

Bi l a data teks berupa hard copy / medi a kertas, anda terpaksa keti k ul ang atau menggunakan Software OCR (Opti cal Character

Recogni ti on) seperti Omni Page, Recogni ta, T extbri dge dl l .

0 " 4 9 4 5

Ki ni saatnya mengol ah data – data anda menj adi karya mul ti media.

Seabreg data yang sudah anda mi l i ki , masi h mentah dan bel um terorgani sasi dengan rapi . Langkah sel anj utnya:

**a. Tahap Persiapan Produksi / Pra Produksi**

1. **Konv ersi** data: T ahap i ni l ebi h mengandal kan kemampuan

hardware dari pada brai nware anda. Pekerj aan i ni rel ati f tidak memerl ukan pengetahuan software dan kreati f yang ti nggi ,

ol eh karena i tu l ebi h cocok di kerj akan operator saj a. Data yang harus di konversi berupa

• **Video** anda mungki n masi h dal am bentuk Vi deo kaset DV.

Ol eh karena i tu vi deo harus di potong-potong menjadi file- fi l e pendek berdasarkan adegan.

• **Gambar / Image** yang masi h dal am bentuk cetakan, foto postcard, pri nt harus di ubah menj adi format di gi tal menggunakan Scanner atau Foto Di gi tal .

• **Audio** (Musi k, Voi ce, Effects) yang masi h dal am medi a

Cdaudi o atau kaset harus di capture ke format \*.wav



!

macromedia

macromedia

• T eks yang masi h dal am medi a kertas, harus di keti kulang atau menggunakan bantuan OCR (Opti cal Character Recogni ti on) agar bi sa di buka di Software pengol ah kata

2. **Memilih** data: Ki ni saatnya menggunakan panca i ndra anda untuk bi sa memi l i h gambar / vi deo / suara dengan kualitasdan adegan terbai k. Data yang kurang bai k sebai knya di pi sahkan ke fol der yang berbeda.

3. **Memilah** data: Setel ah data di sari ng, ki ni data anda yang

j uml ahnya mungki n ratusan, di kel ompokkan sesuai adegan

skenari o storyl i ne dan struktur menu, sehi ngga anda ti dak bi ngung mencari data dengan adegan yang ada dal am skenari o.

4. **Menyempurnakan** data: Di data gambar mungki n ada warna

yang pudar, gel ap, kotor, gambar terpotong dl l . Dengan keterampi l an anda menggunakan Adobe Photoshop, gambar– gambar tersebut bi sa di perbai ki dan di buat pul a sel eksi nya. Begi tu pul a dengan vi deo dan audi o, data tersebut harus

di bersi hkan dari noi se yang mengganggu.

Sampai tahap i ni saj a, sudah terbayang bagai mana rumi tnya membuat CD i nterakti f untuk company Profi l e bukan? Masi h sanggup untuk mel anj utkan ke tahap beri kutnya?

T ahap i ni mungki n akan mel i batkan banyak orang yang jago komputer dan desai n. Masal ahnya seti ap orang mempunyai gaya, *sense of art* dan kebi asaan yang berbeda. Sebagai pi mpi nan produksi / creati ve di rector, anda harus mampu menyamakan persepsi tentang gaya dan penj i waan dal am proyek tersebut. Mengatur orang banyak memang merepotan di bandi ng kerj a sendi ri an. Bi sa-bi sa kerj a dengan banyak orang mal ah bi sa mol or dari j adwal / ti me frame yang di tentukan. Sebi sa mungki n di tahap i ni yang terl i bat hanya sedi ki t orang saj a (maksi mal 3 orang) tapi orang tersebut mampu mengerj akan bidang – bi dang yang tel ah di sebutkan di atas. *Catatan:* Mengurusorang kadang

l ebi h merepotkan di bandi ng mengurus proyek i tu sendi ri . Betuktidak? Output di tahap i ni adal ah *master* CDi dan *Dummy* / Contoh j adi *Packagi ng* / kemasannya.

**a. Produksi**

Ki ni saatnya mengol ah data – data yang sudah di matangkan di tahap

pra produksi . Di si ni kemampuan software, brai nware dan *sense of art* anda di gabungkan agar menj adi karya yang arti sti k. Di perl ukan SDM antara l ai n:

• **Graphics Designer**: untuk membuat tampi l an i nterface, photo retouch, background, l ogo, l ayout, i l ustrasi , tombol dl l

• **2D & 3D Animator**: Untuk membuat openi ng dan bumper pada vi deo profi l e, Banner, Ani masi background

• **Video Editor:** menggabungkan vi deo, audi o dan gambarmenjadi sebuah vi deo yang arti sti k dan fi nal .

• **Audio Editor:** Membuat musi k sederhana atau membuat efek suara khusus. Ji ka kesul i tan membuat musi k, bi sa j uga mencari musi k – musi k grati s di i nternet.

• **Director / Flash Programmer**: Menterj emahkan struktur menu yang sudah di persi apkan menj adi sebuah software mul ti medi a i nterakti f.

1 9 )

Setel ah Karya Mul ti medi a bi sa di anggap sel esai , anda harus

mempresentasi kan di hadapan kl i en. Karya anda pasti ada kekurangannya, ol eh karena i tu segal a masukan dan perbai kan harus anda catat untuk revi si pada presentasi sel anj utnya. Setelah beberapa kal i presentasi dan revi si , akhi rnya karya anda di -ACC / di setuj ui untuk di perbanyak / produksi masal . Sebai knya karya anda di coba di beberapa komputer untuk memasti kan CDi tersebut ti dak ada bug / error.

2 4"

Setel ah karya anda di setuj ui /ACC kl i en dan ti dak ada bug / error, kini

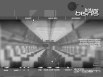
saatnya memproduksi CD secara masal . Mungki n tahap i ni bi sa

di tangani l angsung kl i en yang mempunyai rel asi ke tukang cetak. Tapi

j i ka anda yang harus mengerj akannya, maka anda bi sa serahkan pada ahl i percetakan. Beri kut i ni adal ah komponen dal am tahap publ i kasi:

• **Sampul / Cov er CD** di cetak di kertas tebal secara separasi

+



0

macromedia

macromedia

• **Stiker / Label CD**, cetak separasi di medi a kertas sti ker atau l angsung pada CD

• Kepi ng **CD**, di -burn di komputer

• **Casing CD** yang di j ual umum di pasaran

• **Packaging /** Pengemasan, berupa l i pat kertas, menempel kan sti ker ke kepi ng CD, memasukkan Cover CD ke Casi ng.

3 / 4 , : 4

Beri kut i ni penul i s akan membeberkan bi aya produksi nya agar anda

bi sa menghi tung bi aya yang di kel uarkan. Sebenarnya materi ini adalah rahasi a perusahaan, karena banyak pembaca yang bertanya tentang harga, apa bol eh buat terpaksa penul i s bahas di si ni .

Sebagai catatan, harga – harga tersebut adal ah *fi kti f* / asumsi / ki ra-

ki ra / pura-pura saj a, harga sebenarnya anda harus survey sendi ri di l apangan, OK.

1. **Riset** *(Research),* anda perl u waktu dan bi aya untuk transport, browsi ng, fotocopy, wawancara, pri nt, SMS, foto-foto, telepon2 dll. Anggap saj a bi aya yang di kel uarkan **Rp.1 j uta**

2. **Konsep** *(Concept), output* berupa Storyl i ne, Struktur Menu dan

T i me Frame. Sel ai n perl u bi aya untuk pembuatan output tersebut, perl u di perhi tungkan bi aya l ai n seperti meeti ng di restoran, *entertai n*, transport, pri nt, fotocopy, tel epon. Anggap saj a bi aya yang di kel uarkan **Rp.3 j uta**

3. **Pengumpulan Data** *(Data Resources).* Di si ni pengel uaran l ebi h banyak untuk kebutuhan fi si k seperti sewa al at, tempat dan operator. Ki ta coba beberkan l ebi h ri nci l agi :

• Sewa **kamera /camcorder**, l ampu & Operator mi sal 1 Juta /

hari . Di perl ukan 3 hari untuk Shooti ng, maka bi aya **Rp.3 Juta**

• **Foto**, Ki ni dengan foto di gi tal , bi aya l ebi h murah daripada cuci fi l m & affdruk. Anggap saj a bi ayanya **Rp.1 Juta**

• **Audio**. Perl u bi aya untuk mengupah narator yang bi sa membaca naskah dan sewa studi o yang kedap suara di

Stasi un Radi o. Bi aya yang di perl ukan mi sal mi sal 1 Juta / hari.

Anggap saj a proses i ni berj al an 2 hari , sehi ngga biaya adalah

**Rp. 2 Juta**

4. Produksi *(Producti on),* Di si ni anda harus bayar orang yang ahl i .

Hi tungannya bi asa Man / Hour. Mi sal SDM yang di kerj akan ada 3

orang. Masi ng – masi ng bekerj a 8 j am perhari sel ama 10 hari . Perj am di hargai Rp.25rb. Maka bi ayanya 3 orang X 8 jam X 10 hari X 25rb = **6 j uta**.

5. Bi aya sewa T empat **Rp. 500rb** per bul an

6. Bi aya sewa 3 buah Komputer **Rp. 3 j uta** perbul an

7. Bi aya T ransport : Rp. **2,5 Juta** per bul an

8. Sampai tahap i ni T otal bi aya produksi bersi h (poi nt 1 sampai 7)

adal ah Rp. 22 j uta.

9. Bi aya ti dak terduga dan l ai n - l ai n seperti keterl ambatan, konsumsi, revi si , kesal ahan anggap saj a 20% dari total ni l ai produksi adalah

22 j uta X 20% = Rp. 4,4 Juta.

10. Sehi ngga T otal bi aya produksi (poi nt 1 sampai 9) adal ah Rp. 22

j uta + Rp. 4,4 Juta = **Rp. 26,4 Juta.**

11. Harga tersebut adal ah bi aya produksi , tapi anda sendi ri apa

untungnya? Karena anda adal ah pi mpi nan proyeknya, si l akan tentukan sendi ri keuntungannya, mau 50%, 100% atau l ebih. Jika anda pi l i h 100% maka total ni l ai proyek CDi anda adal ah Rp.26,4 j uta + (Rp.26,4 j uta X 100%) = Rp. 52,8 Juta. T api j i ka di atas Rp.50 j uta, bi asanya proyek CDi tersebut harus mel al ui proses tender sehi ngga anda harus bersai ng dengan producti on house

l ai n. Sebai knya penawaran harga anda di bawah Rp.50 juta, misal

**Rp.49,99 j uta**. He…he….

Ji ka ternyata urusan Dupl i kasi / cetak di serahkan kepada anda. Anggap saj a kl i en anda akan membuat 1000 exp CDi . maka rinciannya sebagai beri kut:

• Cetak Separasi Sampul / **Cov er CD** kertas 120gr - **Rp. 2 j uta.**

Catatan: Hi tungan l ebi h ri nci ada di buku ‘*Ti ps n Tri x Computer*

*Graphi cs Desi gn!*” penerbi t Informati ka

• Cetak Separasi **Stiker / Label CD** kertas – **Rp.1,5 Juta**

• Burn 1000 kepi ng **CD** – **Rp. 5 j uta**

• **Casing** CD / DVD – **Rp.1 Juta**

• **Packaging** – **Rp 1,5 Juta**

Sehi ngga total produksi Dupl i kasi CD adal ah Rp. 11 Juta. Itu adal ah bi aya produksi nya saj a, anda sendi ri bel um ada untungnya. Seperti bi asa, si l akan tentukan sendi ri keuntungannya. Mi sal anda ingin ambil untung 50%, maka ni l ai Cetak CD adal ah Rp.11 j uta + (Rp.11 j uta X

50%) = **Rp. 16,5 Juta** untuk 1000 kepi ng CD.

Akhi rnya anda bi sa mengetahui keuntungan fi nansial dalam pembuatan CDi untuk Company Profi l e. Hanya dengan mempraktekkan buku i ni yang harganya hanya Rp.60an, anda bi sa membuat CD Interakti f Company Profi l e dengan keuntungan sampai Pul uhan j uta rupi ah!

T i dak ada al asan mengatakan harga buku i ni mahal bukan? Penul is

1

2

macromedia

sudah menj al ani dan merasakan hal tersebut. Sekarang gi l i ran anda.

*It’ s Show ti me!*

Wah, ternyata rumi t j uga ya membuat CD Interakti f untuk profi l perusahaan. Di bal i k tampi l an CD Interakti f yang bi asa anda l i hat, ternyata mel i batkan persi apan yang matang, peral atan yang canggih dan mahal , team yang kompak, waktu yang terj adwal , kerj a kerasdan doa tentu saj a. T i dak heran j i ka harga pembuatan CD Interakti f profil perusahaan bi sa pul uhan j uta sampai ratusan j uta.. dengan bantuan Macromedi a Di rector dl l .

6 ,

Dal am proses pembuatan CDi tentu akan ada masal ah (ti dakmungkin j i ka ti dak ada masal ah). Ada hal -hal yang di l uar kendal i anda (*force majour)* seperti bencana al am, kemati an, kecel akaan, perang, perganti an pi mpi nan perusahaan, perubahan peraturan dl l *.* Anda sebagai pi mpi nan proyek bi sa stress dan emosi onal karena masalah – masal ah tsb. Dari pada mukul –mukul mej a atau atau nendang kucing, l ebi h bai k konsul tasi kan masal ah anda pada T uhan anda. OK!

7 ;

Akhi rnya, setel ah anda meneri ma keuntungan berj uta-juta, jangan lupa

sumbang / *zakat*kan uang tersebut mi ni mal 2,5% ke orang yang layak meneri manya atau l ebi h si p dan ti dak repot, ti ti pkan saj a mel al ui

l embaga – l embaga zakat. Dengan demi ki an rezeki / uang anda tersebut menj adi *berkah* / manfaat di duni a dan akhi rat. Ami n.

*\*\*\*\*\*\*\* Sel amat Bi sni s! \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\**

3