

Proses Pembuatan CD Interaktif untuk Profil Perusahaan



1. MEDIA

Pengertian Media

Kita tentu sudah mengenal macam-macam media lain seperti :

- **Media Cetak**, contoh: brosur, leaflet, buku, poster, kartu nama, amplop, map, iklan di koran, katalog, booklet, kalender dll
- **Media Luar ruang**: contoh: Billboard, Spanduk, X-Banner, Balho, Neon Sign, Backdrop dll.
- **Media Elektronik** : contoh: Internet, Televisi, VCD, DVD, Radio, Hand Phone, termasuk CD Interaktif
- Dan **media lain** seperti Kaos, Topi, Gelas, Mug, Gantungan kunci, Etalase, payung, floor Stand dll

Web (Online) vs CD Interaktif (Offline)

Di media elektronik, website cocok sebagai media promosi online (Online maksudnya terhubung ke internet). Kelebihannya adalah jangkauan publikasi yang sangat umum dan luas (seluruh dunia). Kekurangannya adalah kurang layak untuk multimedia (video dan audio) karena bandwidth yang masih rendah di Indonesia.



Untuk promosi yang lebih pribadi / personal, CD Interaktif cocok sebagai media promosi offline (Offline maksudnya tidak perlu terhubung ke internet). Kelebihannya adalah kaya unsur multimedia. Kekurangannya jangkauan publikasi yang terbatas dan sangat pribadi.



mengapa CD Interaktif?

Dibandingkan media lain, alasan anda memilih CD Interaktif adalah antara lain :

- Kaya akan unsur multimedia
- Lebih Impresif dan 'Fun'
- Mudah dan murah untuk diduplikasi (Copy CD)
- Mudah di update / revisi, tapi tidak semudah Website.
- Bergengsi. Perusahaan yang mempunyai website dan CD Interaktif akan membuat kesan canggih / hi-tech.

Kelemahannya tentu saja ada, antara lain:

- Jangkauan promosi terbatas secara pribadi. CD Interaktif biasa diberikan sebagai souvenir saat ada tamu penting, calon klien, event seminar, presentasi dan pameran.
- Harus menggunakan komputer dan perangkat multimedia untuk membukanya.
- Data-data yang disimpan dalam CD bisa dibajak / diambil pihak yang tidak bertanggung jawab.
- Perlu waktu & penyediaan untuk mempelajari interfacenya.
- Harga bisa lebih mahal dibanding cetakan, jika banyak unsur multimedia dan data yang harus diambil

2. SEKILAS CD INTERAKTIF

CD Interaktif terdiri dari kata *CD* dan *Interaktif*. *CD* adalah media penyimpanan data yang merupakan singkatan dari Compact Disc. Sedangkan *Interaktif* adalah komunikasi 2 arah atau disebut juga **dialog**. 2 arah maksudnya adalah kita ikut aktif untuk menentukan jalannya materi, seperti pada game dan website. Jika hanya 1 arah / **monolog**, kita hanya dapat menonton jalannya materi dari awal sampai akhir seperti menonton film atau mendengar musik. Jika diartikan secara sederhana, CD Interaktif adalah Materi yang bisa diakses sesuai keinginan pengguna dalam media CD.

CD Interaktif biasa kita digunakan untuk pembelajaran, presentasi, promosi dan game. Materi-materi bisa langsung diakses dari CD tanpa harus melalui proses instalasi yang membosankan. Selanjutnya CD Interaktif bisa disingkat penulisannya menjadi CD-i.

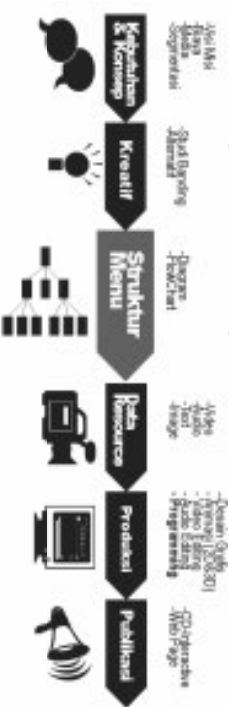
3. PROSES PEMBUATAN CD-i PROFILE PERUSAHAAN

Bab ini hanya membahas CD-i untuk Profil Perusahaan (Company Profile) saja. CD-i ini biasanya diberikan sebagai souvenir pada klien, materi presentasi untuk tamu kantor, presentasi saat pameran, seminar dll. Tujuan dibuat CD-i tersebut untuk lebih mengenalkan bidang usaha, pamer prestasi yang pada akhirnya membuat image yang baik pada perusahaan.

Untuk membuat CD-i biasanya bisa dibagi beberapa tahap umum antara lain:

1. Riset (*Research*)
2. Konsep (*Concept*)
3. Pengumpulan Data (*Data Resources*)
4. Pra Produksi & Produksi Mastering (*Production*)
5. Duplikasi CD

Atau bisa digambarkan sebagai berikut:



1. Riset (Research)

Terbiluh dahulu anda harus menggunakan mengadakan penelitian tentang perusahaan klien. Riset bisa dengan cara :

- Wawancara dengan karyawan dan direksi
- Wawancara dengan Klien Perusahaan
- Membaca buku & brosur profil perusahaan
- Membuka website perusahaan
- Foto-foto dll.

Yang penting anda harus mendapatkan data berupa angka, teks dan gambar. Tentu saja data tersebut bukan yang bersifat rahasia, namun

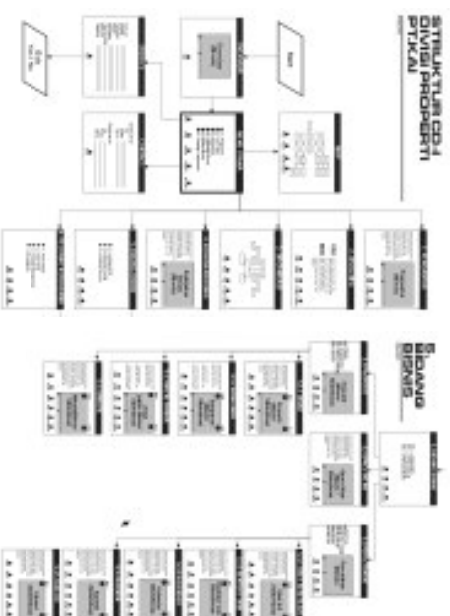
yang bersifat umum. Dengan demikian anda akan mengetahui kondisi sebenarnya dari perusahaan tersebut, sehingga anda bisa merencanakan dan menjilwal semangat kerja di perusahaan tersebut. Untukmelakukan riset memerlukan waktu kurang lebih 1 minggu.

2. Konsep

Setelah anda mempunyai bayangan umum terhadap perusahaan tersebut, kini anda seharusnya cukup percaya diri punya banyak bekal pertanyaan untuk sang klien. Tahap ini lebih banyak bertukar pikiran antara perusahaan / Klien dan anda sebagai pembuat CD-i. Pembuat CD-i harus mengerti teknis dan detail pengerjaan CD-i agar keinginan klien bisa terpenuhi. Yang lebih penting keinginan klien bisa ditampung pihak pembuat CD-i. Namun tidak selalu keinginan klien kita terima 100%, akan lebih baik jika pihak pembuat CD-i bisa memberikan masukan berupa ide cerita, audio visual yang kreatif dll. Setelah berdiskusi panjang lebar, pihak pembuat CD-i bisa segera membuat skenario (berupa struktur CD-i ini dan storyboard), sekaligus menghitung harga pembuatan proyek CD-i ini.

a. Struktur Menu

Struktur menu CD-i lebih mirip flow chart. Interface terdiri dari tombol, teks, gambar, suara dll, agar pengguna bisa menggunakan CD-i dengan mudah, komunikatif dan menyenangkan. Dari Struktur menu ini bisa terlihat seberapa rumit proyek CDi anda.

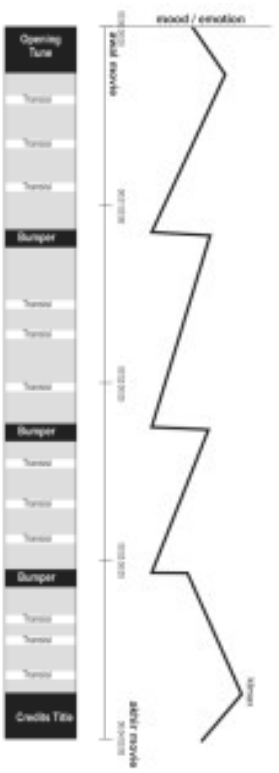


b. Storyline
 Storyline lebih mirip cerita pendek. Storyline dibuat jika ada pembuatan video profile dalam CD-I. Oleh karena itu perlu ide cerita yang kreatif, konsep visual yang menarik, teks yang informatif, komunikatif, sehingga menjadi Skenario yang berkesan bagi yang menyaksikan.

STORY LINE
CD-I PENGENALAN PRODUK TEKNOLOGI AVIS

No.	SAJIAN	SAJIAN	SAJIAN	SAJIAN
1	<p>OPENING LINE</p> <p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>
2	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>
3	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>	<p>Haloo... Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini. Selamat datang di dunia yang penuh warna ini.</p>

Agar video tersebut menarik, biasanya mempunyai pola yang sama sebagai berikut. Awalnya tampil animasi opening dengan adegan menarik, sehingga mood audience meningkat. Lama-lama mood akan turun oleh karena itu perlu transisi berupa animasi *bumper*. Pada akhirnya mood audience harus meningkat sampai mencapai klimax dengan adegan - adegan & musik yang cepat.



Proses pembuatan Video Profile adalah tahap yang paling rumit, biaya produksi tertinggi ada di tahap ini. Ada baiknya anda buat juga versi

VCD / VideoCD nya selain CDi agar bisa dijalankan di CD/DVD Player rumahannya tanpa harus selalu menggunakan komputer

c. Time Frame / Schedule
 Time Frame / Schedule dibuat agar proyek cd-i terjadwal dan tepat waktu. Karena waktu adalah aset yang sangat berharga. Disini profesionalitas dan kredibilitas anda akan diuji.

TIME FRAME
CD-I PENGENALAN

No.	Kegiatan	Minggu I	Minggu II	Minggu III	Minggu IV
1	Analisis kebutuhan & spesifikasi				
2	Penelitian pasar				
3	Penelitian kompetitor				
4	Penelitian teknologi				
5	Penelitian pemasaran				
6	Penelitian distribusi				
Total Hari					

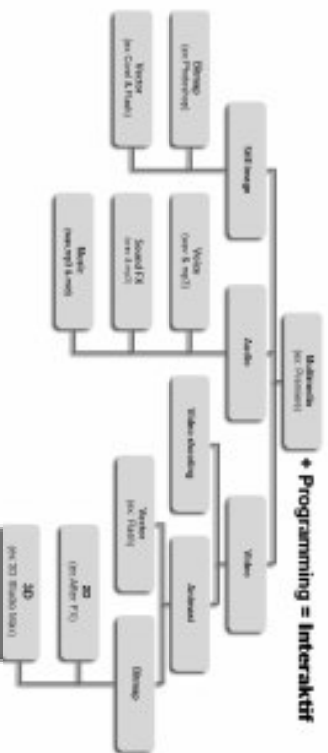
- Dengan mengacu Time Frame yang sudah dibuat.
- Dengan cara ini akan terdapat daftar kegiatan yang akan dilakukan.
- Dengan mengacu Time Frame yang sudah dibuat.
- Dengan cara ini akan terdapat daftar kegiatan yang akan dilakukan.

Di tahap ini anda mungkin banyak berdialog, diskusi, presentasi, jalan-jalan, makan-makan, *entertain* dengan klien agar hubungan anda dan klien berjalan baik. Kemampuan tentang manajemen, marketing, lobi dan ide kreatif sangat menentukan untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya.

Setelah bulak-balik *meeting*, akhirnya Skenario berupa Struktur CD-i dan Storyboard selesai anda buat dengan matang. Sebagai skenario ini disepakati kedua pihak karena jika ada perubahan fundamental, bisa-bisa anda harus mengulang dari awal dan kerja 2 kali, *reportkan*? Tahap pembuatan konsep ini bisa memerlukan waktu cukup lama, karena sering anda akan sering rapat, diskusi, mengatur janji, bertemu orang baru, presentasi, jalan-jalan, ngobrol ngalor-ngidul, basa-bas, menunggu dll.

Berdasarkan skenario (Storyline, Struktur menu dan Time Frame) anda sudah bisa membayangkan kerumitan proyek tersebut, sehingga bisa dibuat kepastian tentang harga (jumlah dan termin pembayaran) dan kesepakatan kerja (surat perjanjian kerjasama / SPK). *It's time for Business!*

3. Pengumpulan Data / Data Resources
 Setelah skenario disepakati, tahap berikutnya adalah mengumpulkan data sesuai skenario. Proyek pembuatan CD-i memerlukan banyak format data yang bisa anda manfaatkan, antara lain:



Data bisa mengambil dari dokumentasi / stockshot yang sudah ada, Internet, CD Library atau mengambil data baru. Di sini kita hanya membicarakan pengambilan data baru, karena hal ini perlu beberapa trik

a. Video.

Proses pengambilan video (*video shoot*) untuk Profil Perusahaan tidak semudah seperti shooting acara pernikahan, ulang tahun atau acara keluarga. Tahap ini cukup sulit, karena banyak orang dan alat yang terlibat, adapun terikat kepada skenario yang ditetapkan sebelumnya. Video untuk Company Profile berisi antara lain tentang :

- Exterior / Bangunan Kantor dan suasana sekitar kantor
- Aktifitas di Front Office / Meja penerima tamu
- Suasana kerja
- presentasi & rapat
- Kunjungan atau Tamu
- Produk unggulan yang telah dibuat
- Proses Pembuatan / Produksi
- Asst / Inventaris Kantor
- Suasana Pameran, Seminar dan Event – Event lain
- Kesepakatan kerjasama & penghargaan
- Acara khusus kantor (Rekreasi, Kunjungan, Olah raga dll)

- Interior / Ruang – Ruang penting
- Wawancara Direktur dll.

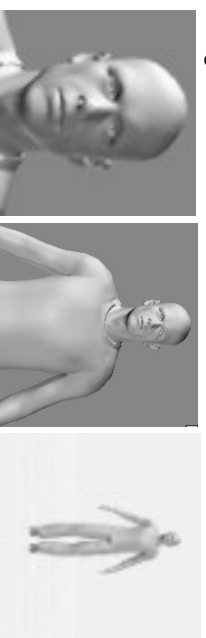
Peralatan yang dibutuhkan:

- **Camcorder.** Lebih baik menggunakan 2 camcorder agar anda dapat menshoot sebuah adegan sekaligus dari berbagai 2 sudut pandang.
- **Lampu (Lighting).** Penerangan yang ada dalam ruang biasanya kurang baik jika dishoot dengan Kamera Digital, oleh karena itu diperlukan tambahan cahaya dari lampu. Gunakan lampu 1000 watt agar video hasil shooting terlihat jelas tanpa ada bintik – bintik (noise).
- **Payung reflektor dan Softbox** agar cahaya lebih merata dan bayangan lebih lembut
- **Tripod.** Untuk menstabilkan gambar juga berguna jika anda ingin menshoot diri anda sendiri.



Tips saat video shooting:

- Ada baiknya mengambil data / properti di luar skenario, siapa tahu ada perubahan skenario atau desain yang memerlukan data / properti tersebut. Mumpung di tahap ini anda mendapatkan izin untuk melihat-lihat kondisi dan seluk beluk kantor tersebut.
- Rekam setiap divisi / bagian / departemen dari segi ruangan, produk dan karyawannya.
- Bila anda tidak mempunyai peralatan video shooting bisa menyewa ke video shooting untuk pernikahan.
- Siapkan cadangan baterai dan kaset / DV yang baru.
- Ambil adegan minimal 3x dari berbagai sudut agar anda bisa memilih stockshot terbaik
- Ambil adegan dari 3 sudut pandang: Close Up, Medium Shot dan Long Shot

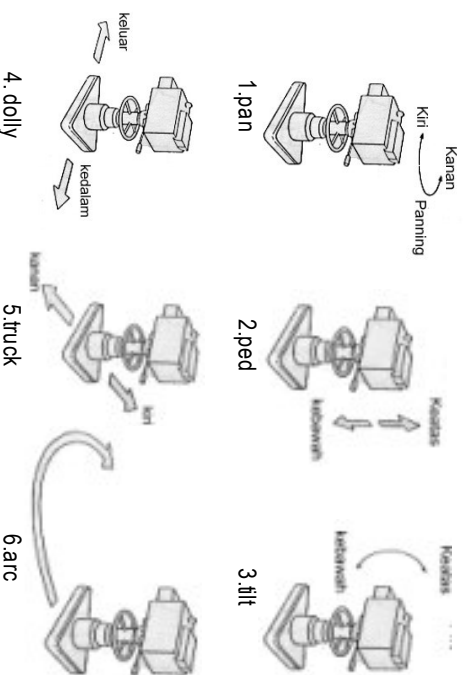


1. Close Up

2. Medium Shot

3. Long Shot

- Gunakan Teknik pergerakan kamera seperti Pan, Ped, Tilt, Dolly, Zoom, Truck, Arc dll agar video lebih dinamis.



- Untuk shooting luar ruang cahaya terbaik adalah pukul 8-9 pagi dan 3-4 sore. Jika shooting pukul 11-13 siang, bayangan akan terlalu kuat dan menutupi objek yang di shoot.
- Jangan gunakan rekaman video dari Camera / Foto Digital, karena intensitas cahayanya, codec dan resolusi berbeda dengan Camcorder DV. Jika anda mencampuradukkan videonya akan terlihat jelas perubahan nuansanya.
- Anda sebagai sutradara berkewajiban mengatur aktor, kameamen dan pengkondisian suasana ruangan.
- Persiapkan shoot untuk menempatkan objek seperti ga dari area shoot, nantinya shoot menempatkan teks saat editing di komputer.



- Umumkan jadwal Shooting ke seluruh pimpinan dan staf perusahaan, agar mereka siap dan tidak kaget menghadapi camera dan tim anda.
- Tokoh perusahaan seperti direktur, manajer, komisaris dll, usahakan tampil dan berbicara secara tegas, bersemangat tentang kualitas perusahaannya. Selain ucapan gunakan juga bahasa tubuh seperti gerakan tangan, langkah kaki, gerakan kepala dan senyuman.
- Jika ada karyawan wanita yang berpenampilan menarik bisa anda 'manfaatkan' sebagai aktor untuk adegan seperti bersalaman, melepon, mengetik, menyambut tamu, presentasi dll.
- Jika di perusahaan tersebut tidak ada yang cantik, anda bisa mengajak rekan anda, menyewa dari agen model, sekolah sekretaris dll. Untuk urusan ini anda tentu lebih tahu.
- Tips dan trik tentang shooting slakan tanya orang yang ahli tentang penyutradaraan OK?

b. Audio.

Proses pengambilan video (*video shoot*) pun memerlukan perhatian khusus. Banyak persiapan dan pengkondisian sebelumnya.

- Biasanya audio berisi tentang:
 - Sambutan Pimpinan & Karyawan
 - Kesaksian dan kepuasan dari Pelanggan Perusahaan
 - Script skenario yang dibacakan Narator di Studio rekaman
 - Musik background, biasa menggunakan musik instrumental.
 - Sound Effects untuk transisi gambar, animasi. Data ini bisa didapat di CD Library yang banyak dijual di toko CD atau di CD buku ini.

Peralatan yang dibutuhkan:

- **Mikrofon.** Gunakan mikrofon khusus yang biasa digunakan di stasiun Radio agar suaranya jernih dan tidak banyak noise.
- **Komputer / Laptop.** Untuk menyimpan hasil rekaman saat **Studio Kedap Suara.** Untuk suara narator bisa rekaman di studio lengkap dengan mixer audio. Ruangannya harus kedap suara agar tidak ada suara lain yang masuk seperti klakson mobil atau tuang baso lewat.



- Tips saat Take Voice:
- Ambil suara minimal 2x agar anda bisa memilih stockshot/tebaik
 - Gunakan peralatan rekam lain seperti MP3 player, Tape Recorder, Handphone saat rekaman suara.
 - Pilih narator dengan logat netral Indonesia. Jangan terlalu kedaerahan, bisa-bisa orang beranggapan perusahaan tersebut hanya khusus untuk daerah itu saja. Untuk mendapatkan orang yang cocok untuk mengisi narasi bisa anda dapatkan di Stasiun Radio, Televisi atau sekolah Broadcast dan Biro Artis. Jika mau, bisa saja anda membuka *Casting* atau *Audisi* untuk mencari SDM yang mempunyai suara emas.
 - Jangan sampai sampai salah mengeja / ucap bila ada tekebahasa Inggris / asing. Jika salah ucap bisa memalukan perusahaan. Misal tulisan 'microsoft' akan dibaca 'mikrosopi' bukan 'mikroskop' apalagi 'mikroskop'!

c. Foto.

Sama seperti proses pengambilan video (*video shoot*), pengambilan foto waktunya bisa bersamaan saat video shooting. Pengambilan gambarnyaupun sama seperti video shooting. Namun ada gambar khusus yang sebaiknya difoto antara lain:

- Logo perusahaan, Billboard, Papan nama, Sign System dll
- Alat-alat untuk promosi (*Promotion tool*) seperti brosur, kartu nama, amplop, kop surat, majalah, map, tas, kalender, spanduk banner, kaos, topi dll.
- Foto jajaran Staf dan Direksi



- Alat-alat kantor
 - Foto pimpinan dan komisaris dengan background khusus
 - Asst / Inventaris Kantor
 - Adegan khusus seperti jabat tangan, penyerahan penghargaan
 - Produk / karya unggulan.
 - Prestasi : Vandel, Piagam, Piala Plakat, Sertifikasi dll
- Peralatan yang dibutuhkan:

- **Foto Digital.** Makin tinggi Resolusi (megapixel) maka makin baik hasilnya. Gunakan foto digital yang mempunyai ISO tinggi misal 1000 atau lebih agar tidak banyak noise pada nuangan dengan cahaya kurang. Gunakan foto digital yang ada fasilitas *Image Stabilizer / Anti-Blur / Anti-Shake / Vibrate Reduction*
- **Lampu (Lighting).** Saat shooting anda bisa mematkan *blits* dan memanfaatkan lampu 1000 watt tersebut.
- **Tripod.** Untuk menstabilkan gambar

d. Teks

Anda bisa meminta data berupa teks yang ada di brosur, company profile, internet, struktur organisasi perusahaan tersebut. Biasanya perusahaan mempunyai data teks dengan format:

- Microsoft Word (*.doc)
- Microsoft Powerpoint (*.ppt)
- Acrobat (*.pdf)
- Web (*.html)

Bila data teks berupa hard copy / media kertas, anda terpaksa ketik ulang atau menggunakan Software OCR (Optical Character Recognition) seperti OmniPage, Recognita, Textbridge dll.

4. Pra produksi & Produksi / Mastering

Kini saatnya mengolah data – data anda menjadi karya multimedia. Seabreg data yang sudah anda miliki, masih mentah dan belum terorganisasi dengan rapi. Langkah selanjutnya:

a. Tahap Persiapan Produksi / Pra Produksi

1. **Konversi data:** Tahap ini lebih mengandalkan kemampuan hardware daripada brainware anda. Pekerjaan ini relatif tidak memerlukan pengetahuan software dan kreatif yang tinggi, oleh karena itu lebih cocok dikerjakan operator saja. Data yang harus dikonversi berupa
 - **Video** anda mungkin masih dalam bentuk Video kaset DV. Oleh karena itu video harus dipotong-potong menjadi file-file pendek berdasarkan adegan.
 - **Gambar / Image** yang masih dalam bentuk cetakan, foto postcard, print harus diubah menjadi format digital menggunakan Scanner atau Foto Digital.
 - **Audio** (Musik, Voice, Effects) yang masih dalam media Cdaudio atau kaset harus di capture ke format *.wav

- Teks yang masih dalam media kertas, harus di ketik ulang atau menggunakan bantuan OCR (Optical Character Recognition) agar bisa dibuka di Software pengolah kata
- 2. **Memilih data:** Kini saatnya menggunakan panca indra anda untuk bisa memilih gambar / video / suara dengan kualitas dan adegan terbaik. Data yang kurang baik sebaiknya di pindahkan ke folder yang berbeda.
- 3. **Memilih data:** Setelah data disaring, kini data anda yang jumlahnya mungkin ratusan, dikelompokkan sesuai adegan skenario storyline dan struktur menu, sehingga anda tidak bingung mencari data dengan adegan yang ada dalam skenario.
- 4. **Menyempurnakan data:** Di data gambar mungkin ada warna yang pudar, gelap, kotor, gambar terpotong dll. Dengan keterampilan anda menggunakan Adobe Photoshop, gambar-gambar tersebut bisa diperbaiki dan dibuat pula seleksinya. Begitu pula dengan video dan audio, data tersebut harus dibersihkan dari noise yang mengganggu.

Sampai tahap ini saja, sudah terbayang bagaimana rumusnya membuat CD interaktif untuk company Profile bukan? Masih sangup untuk melanjutkan ke tahap berikutnya?

a. Produksi

Kini saatnya mengolah data – data yang sudah dimatangkan di tahap pra produksi. Di sini kemampuan software, brainware dan *sense of art* anda digabungkan agar menjadi karya yang artistik. Diperlukan SDM antara lain:

- **Graphics Designer:** untuk membuat tampilan interface, photo retouch, background, logo, layout, ilustrasi, tombol dll
- **2D & 3D Animator:** Untuk membuat opening dan bumper pada video profile, Banner, Animasi background
- **Video Editor:** menggabungkan video, audio dan gambar menjadi sebuah video yang artistik dan final.
- **Audio Editor:** Membuat musik sederhana atau membuat efek suara khusus. Jika kesulitan membuat musik, bisa juga mencari musik – musik gratis di internet.
- **Director / Flash Programmer:** Menterjemahkan struktur menu yang sudah dipersiapkan menjadi sebuah software multimedia interaktif.



Tahap ini mungkin akan melibatkan banyak orang yang jago komputer dan desain. Masalahnya setiap orang mempunyai gaya, *sense of art* dan kebiasaan yang berbeda. Sebagai pimpinan produksi / creative director, anda harus mampu menyamakan persepsi tentang gaya dan penjiwaan dalam proyek tersebut. Mengatur orang banyak memang meropotan dibanding kerja sendiri. Bisa-bisa kerja dengan banyak orang malah bisa molor dari jadwal / time frame yang ditentukan. Sebisanya mungkin di tahap ini yang terlibat hanya sedikit orang saja (maksimal 3 orang) tapi orang tersebut mampu mengerjakan bidang – bidang yang telah disebutkan di atas. *Catatan:* Mengurus orang kadang lebih meropotkan dibanding mengurus proyek itu sendiri. Betulkita? Output di tahap ini adalah *master CDi dan Dummy / Contoh jadi Packaging / kemasannya.*

5. Presentasi & Revisi

Setelah Karya Multimedia bisa dianggap selesai, anda harus mempresentasikan di hadapan klien. Karya anda pasti ada kekurangannya, oleh karena itu segala masukan dan perbaikan harus anda catat untuk revisi pada presentasi selanjutnya. Setelah beberapa kali presentasi dan revisi, akhirnya karya anda di -ACC / disetujui untuk diperbanyak / produksi masal. Sebaliknya karya anda dicoba di beberapa komputer untuk memastikan CDi tersebut tidak ada bug / error.

6. Duplikasi CD

Setelah karya anda disetujui /ACC klien dan tidak ada bug / error, kini saatnya memproduksi CD secara masal. Mungkin tahap ini bisa ditangani langsung klien yang mempunyai relasi ke tukang cetak. Tapi jika anda yang harus mengerjakannya, maka anda bisa serahkan pada ahli percetakan. Berikut ini adalah komponen dalam tahap publikasi:

- **Sampul / Cover CD** dicetak di kertas tebal secara terpisah

- **Stiker / Label CD**, cetak separasi di media kertas stiker atau langsung pada CD
- Keping **CD**, di-bum di komputer
- **Casing CD** yang dijual umum di pasaran
- **Packaging** / Pengemasan, berupa lipat kertas, menempelkan stiker ke keping CD, memasukkan Cover CD ke Casing.

7. Perhitungan Biaya Produksi

Berikut ini penulis akan membeberken biaya produksinya agar anda bisa menghitung biaya yang dikeluarkan. Sebenarnya materi ini adalah rahasa perusahaan, karena banyak pembaca yang bertanya tentang harga, apa boleh buat terpaksa penulis bahas di sini.

1. **Riset (Research)**, anda perlu waktu dan biaya untuk transport, browsing, fotocopy, wawancara, print, SMS, foto-foto, telepon2 dll. **Anggap saja biaya yang dikeluarkan Rp.1 juta**
2. **Konsep (Concept, output berupa Storyline, Struktur Menu dan Time Frame**. Selain perlu biaya untuk pembuatan outputtebut, perlu diperhitungkan biaya lain seperti meeting di restoran, *entertain*, transport, print, fotocopy, telepon. **Anggap saja biaya yang dikeluarkan Rp.3 juta**
3. **Pengumpulan Data (Data Resources)**. Di sini pengeluaran lebih banyak untuk kebutuhan fisik seperti sewa alat, tempat dan operator. Kita coba beberken lebih rinci lagi:
 - Sewa **kamera /camcorder**, lampu & Operator misal 1 Juta / hari. Diperlukan 3 hari untuk Shooting, maka biaya **Rp.3Juta**
 - **Foto**, Kini dengan foto digital, biaya lebih murah daripada cuci film & affdruk. **Anggap saja biayanya Rp.1 juta**
 - **Audio**. Perlu biaya untuk mengupah narator yang bisa membaca naskah dan sewa studio yang kedap suara di Stasiun Radio. Biaya yang diperlukan misal 1 juta/hari. **Anggap saja proses ini berjalan 2 hari, sehingga biaya adalah Rp. 2 juta**
4. **Produksi (Production)**, Di sini anda harus bayar orang yang ahli. Hitungannya biasa Man / Hour. Misal SDM yang dikerjakan ada 3 orang. Masing – masing bekerja 8 jam perhari selama 10 hari. Perjam dihargai Rp.25rb. Maka biayanya 3 orang X 8jam X 10 hari X 25rb = **6 juta**.
5. **Biaya sewa Tempat Rp. 500rb** per bulan

6. **Biaya sewa 3 buah Komputer Rp. 3 juta** perbulan
7. **Biaya Transport : Rp. 2,5 juta** per bulan
8. **Sampai tahap ini Total biaya produksi bersih (point 1 sampai 7) adalah Rp. 22 juta.**
9. **Biaya tidak terduga dan lain -lain seperti keterlambatan, konsumsi, revisi, kesalahan anggap saja 20% dari total nilai produksi adalah 22 juta X 20% = Rp. 4,4 juta.**
10. **Sehingga Total biaya produksi (point 1 sampai 9) adalah Rp. 22 juta + Rp. 4,4 juta = Rp. 26,4 juta.**
11. **Harga tersebut adalah biaya produksi, tapi anda sendiri apa untungnya? Karena anda adalah pimpinan proyeknya, silakan tentukan sendiri keuntungannya, mau 50%, 100% atau lebih. Jika anda pilih 100% maka total nilai proyek CDI anda adalah Rp.26,4 juta + (Rp.26,4 juta X 100%) = Rp. 52,8 juta. Tapi jika diatas Rp.50 juta, biasanya proyek CDI tersebut harus melalui proses tender sehingga anda harus bersaing dengan production house lain. Sebaiknya penawaran harga anda dibawah Rp.50 juta, misal **Rp.49,99 juta**. He...he....**

Jika ternyata urusan Duplikasi / cetak diserahkan kepada anda.

Anggap saja klien anda akan membuat 1000 exp CDI. maka incianya sebagai berikut:

- **Cetak Separasi Sampul / Cover CD kertas 120gr - Rp. 2 juta.**
Catatan: Hitungan lebih rinci ada di buku *Tips n Trix Computer Graphics Design!* penberbit Informatika
- **Cetak Separasi Stiker / Label CD kertas – Rp.1,5 juta**
- **Bum 1000 keping CD – Rp. 5 juta**
- **Casing CD / DVD – Rp.1 juta**
- **Packaging – Rp 1,5 juta**

Sehingga total produksi Duplikasi CD adalah Rp. 11 juta. Itu adalah biaya produksinya saja, anda sendiri belum ada untungnya. Seperti biasa, silakan tentukan sendiri keuntungannya. Misal anda ingin ambil untung 50%, maka nilai Cetak CD adalah Rp.11 juta + (Rp.11 juta X 50%) = **Rp. 16,5 juta** untuk 1000 keping CD.

Akhirnya anda bisa mengetahui keuntungan finansial dalam pembuatan CDI untuk Company Profile. Hanya dengan mempraktekkan buku ini yang harganya hanya Rp.60an, anda bisa membuat CD Interaktif Company Profile dengan keuntungan sampai Puluhan juta rupiah! Tidak ada alasan mengatakan harga buku ini mahal bukan? Penulis

sudah menjalani dan merasakan hal tersebut. Sekarang giliran anda.
It's Showtime!

Wah, ternyata rumit juga ya membuat CD Interaktif untuk profil perusahaan. Dibalik tampilan CD Interaktif yang biasa anda lihat, ternyata melibatkan persiapan yang matang, peralatan yang canggih dan mahal, team yang kompak waktu yang terfadal, kerja keras dan doa tentu saja. Tidak heran jika harga pembuatan CD Interaktif profil perusahaan bisa puluhan juta sampai ratusan juta.. dengan bantuan Macromedia Director dll.

8. Berdoa

Dalam proses pembuatan CDi tentu akan ada masalah (tidakmungkin jika tidak ada masalah). Ada hal-hal yang diluar kendali anda (*force majeure*) seperti bencana alam, kematian, kecelakaan, perang, pergantian pimpinan perusahaan, perubahan peraturan dll. Anda sebagai pimpinan proyek bisa stress dan emosional karena masalah – masalah tsb. Daripada mukul –mukul meja atau nendang kucing, lebih baik konsultasikan masalah anda pada Tuhan anda. OK!

9. Zakat

Akhirnya, setelah anda menerima keuntungan berjuta-juta, jangan lupa sumbang / zakatkan uang tersebut minimal 2,5% ke orang yang layak menerimanya atau lebih sip dan tidak repot, titipkan saja melalui lembaga – lembaga zakat. Dengan demikian rezeki / uang anda tersebut menjadi *berkah* / manfaat di dunia dan akhirat. Amin.

***** Selamat Bisnis! *****