

BAB III

METODE PERANCANGAN KARYA

3.1 Metode Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, mahasiswa melakukan penyebaran kuesioner *online* rentang umur 10-35 tahun untuk melihat pada rentan umur berapa seseorang menyadari timbulnya perasaan *insecure*, serta apa penyebab perasaan *insecure* yang mereka alami. Apakah anak-anak pernah mengalami dan menyadari hal apa yang membuat mereka *insecure*.

Pada tahap wawancara *partnership*, mahasiswa mengajukan proposal terlebih dahulu. Kemudian proposal yang telah diajukan akan dibahas lebih lanjut bersama *owner* atau *founder* dari komunitas. Pertanyaan wawancara berisi seputar latar belakang yang lebih mendalam, serta karakteristik aktivitas yang sudah pernah dilakukan oleh pihak sebelumnya mengenai topik kesehatan mental.

Tahap wawancara bersama psikolog yang telah menyelesaikan studinya, serta telah mendapat gelar psikolog secara resmi. Kegiatan wawancara digunakan untuk memperkuat data dari kegiatan *campaign* yang dilakukan, yaitu terdapat perspektif dari seorang *expert* di bidangnya, khususnya kesehatan mental dalam perasaan *insecurity*.

Wawancara selanjutnya, akan melakukan wawancara bersama narasumber yang *expert* di bidang *videography*, mengenai teknik dari

pembuatan video *campaign*. Mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi, sehingga dapat membantu dalam proses tahapan pengerjaan karya.

3.2 Tahap Perancangan Karya

Kegiatan	Februari				Maret			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Riset Topik								
Latar Belakang Topik								
Teori dan Konsep TA								
Perancangan Konsep TA								
Sebar Kuesioner								
Pembuatan Proposal Partnership								
Wawancara Partnership								
Wawancara Target TA								
Briefing Team produksi								
Pencarian Talent Video Kampanye								
Produksi Video Kampanye								
Post-Produksi Video Kampanye								
Kesimpulan Hasil Video Kampanye								

Kegiatan	April				Mei			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Riset Topik								
Latar Belakang Topik								
Teori dan Konsep TA								

Perencanaan Konsep TA								
Sebar Kuesioner								
Pembuatan Proposal Partnership								
Wawancara Partnership								
Wawancara Narasumber								
Briefing Team produksi								
Persiapan Shooting								
Pencarian Talent Video Kampanye								
Produksi Video Kampanye								
Post-Produksi Video Kampanye								
Kesimpulan Hasil Video Kampanye								

Tabel 3.1 Timeline Perancangan Karya

Dalam menghasilkan karya, mahasiswa melakukan tahapan perancangan. Setiap tahapan mahasiswa bertanggung jawab penuh atas proses di dalamnya. Pembuatan karya video *campaign* terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Agar karya terlaksana dengan baik, membuat *timeline* kerja, sehingga proses perancangan dapat berjalan sesuai rencana.

3.2.1 Tahapan Strategi Media Sosial

Melalui beberapa tahapan dalam melakukan strategi media sosial marketing menurut Effing. Tahapan ini digunakan untuk menentukan proses dalam pembentukan karya.

- *Goals*

Pada tahap ini menentukan tujuan dari tugas akhir. Tahapan ini dilakukan *brainstorming* dan riset akan satu topik yang akan di

angkat dalam tugas akhir. Penentuan topik dan tugas akhir dipilih dengan keadaan *real* yang terjadi di lingkungan, serta dirasakan oleh setiap orang. Tujuan pengangkatan topik ini untuk memberikan informasi serta mengajak Generasi Z ikut serta melakukan perubahan kecil dalam lingkungan sekitar, khususnya dalam menghadapi perasaan *insecurity*.

- Target Audiens

Penentuan target dalam topik didapatkan melalui artikel-artikel yang terkait serta data yang mendukung. Pemilihan Generasi Z sendiri adalah hasil dari data tingkat depresi remaja di Indonesia melalui Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada 2018 menyebut 6.1% penduduk berusia 15 tahun ke atas menderita depresi.

- Pemilihan Media sosial

Pemilihan media sosial sendiri dilakukan survei dengan mencari *platform* apa yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z. Data yang didapatkan melalui riset adalah media sosial Instagram. Dengan *platform* yang memungkinkan penggunaanya bisa menampilkan visual dan tulisan dalam postingan. Hal ini berkaitan dengan *output* yang akan dilakukan dalam karya *video campaign*.

- Sumber Daya

Penggunaan sumber daya dalam proses pembuatan karya menggunakan tim kecil sebuah *production house* yang akan membantu menyunting video *campaign* dengan visual yang baik. Untuk tim media sosial sendiri akan dibantu bersama *partnership* dari Psylution.

- Perancangan aktivitas

Perancangan dilakukan dengan melakukan proses pra-produksi:

Tabel 3.2 Perancangan Konsep Pra Produksi

Tema	Insecurity
Konsep	Sosial Eksperimen
Target	Generasi Z
Media	IGTV (Instagram)
Lokasi	Studio
Sumber Daya	Tim PH & Psylution

3.2.2 Konsep Video Campaign

Dalam projek video *campaign* ini dilakukan dengan konsep sosial eksperimen kuasi, yaitu penelitian terhadap manusia. Kegiatan ini diikuti Oleh 6 orang dan terbagi menjadi 3 pasang.

Tabel 3.3 Talent Video Campaign

Pria	X	Pria
Pria	X	Wanita
Wanita	X	Wanita

Pasangan pertama adalah wanita dan wanita, pasangan kedua pria dan pria, pasangan ketiga pria dan wanita. Tujuan pengelompokan ini, untuk melihat ada pengaruh atau tidak dari sisi gender dalam membahas topik tentang *insecurity*. Melihat cara komunikasi antara pasangan yang memiliki gender yang sama dengan gender yang berbeda. Kegiatan eksperimen memiliki proses yang sama dalam setiap pasangannya. Seluruh pasangan eksperimen tidak mengenal satu dan yang lain.

Tabel 3.4 Tahapan Eksperimen Sosial

Tahapan	Kondisi/Situasi	Tujuan
1	Memperlihatkan foto lawan bicara masing-masing pasangan, dan menuliskan komentar pada kertas kosong	Membuktikan bahwa <i>first impression</i> setiap orang kepada seseorang, selalu mengarah ke komentar negatif
2	Mempertemukan masing-masing pasangan	Membuat pasangan mengenal satu dan yang lain (melalui komunikasi interpersonal)
3	Setiap talent memberikan <i>statement</i> terhadap pasangan mereka (secara bergantian)	Melihat dampak dari komunikasi interpersonal, antara dua orang yang tidak saling mengenal
4	Mempertemukan talent, kemudian memperlihatkan tulisan yang di tulis pada tahap 1 kepada lawan bicaranya. Kemudian dilanjutkan dengan memperlihatkan klip <i>statement</i> dari masing-masing talent, yang dilakukan pada tahap 3	Perasaan setiap talent, saat tulisan negatif dibaca oleh orang yang dituju, serta respons yang diterima oleh talent yang membaca tulisan negatif tentang dirinya. Selanjutnya, ekspresi dan perasaan setiap talent

		setelah mendengar pendapat dari lawan bicarannya setelah mengenal dirinya.
--	--	--

Penelitian eksperimen ini dibagi dalam ke dalam empat tahap:

- Tahap I

Kegiatan dilakukan oleh satu orang talent secara bergantian. Tim memberikan foto kepada talent yang merupakan pasangan penelitiannya. Kemudian talent diminta untuk menuliskan *first impression* dari foto yang ditunjukkan. Talent hanya boleh memberikan komentar negatif sebagai gambaran di lingkungan dan media sosial terkadang manusia hanya fokus terhadap sisi negatif dari seseorang.

- Tahap II

Setelah menuliskan kata-kata dari melihat foto tersebut, talent akan dipertemukan sesuai pasangannya. Pada tahap ini talent akan diberi waktu selama kurang lebih 30 menit untuk mengenal satu sama lain dengan metode komunikasi interpersonal, saling menerima dan mengirim informasi yang diinginkan. Kegiatan ini berfungsi untuk melihat, apakah ada perbedaan persepsi antara talent dari *first impression* yang mereka tulis sebelumnya.

- Tahap III

Tahap ini tim kembali memisahkan pasangan untuk melakukan wawancara singkat kepada masing-masing talent. Wawancara ini

berisi *statement* dari masing-masing talent mengenai pasangannya setelah melakukan pembicaraan untuk mengenal satu sama lain secara singkat. Pada tahap ini *statement* yang di dapatkan akan mengarah ke positif bahkan negatif dari *first impression* yang dilakukan pada tahap pertama.

- Tahap IV

Setelah mengenal satu sama lain dan mengutarakan *statement* masing-masing. Talent akan kembali dipertemukan dengan pasangannya. Kegiatan yang dilakukan kali ini untuk melihat perasaan dari masing-masing talent melalui ekspresi yang mereka keluarkan atau pun *body language* yang dilakukan. Tahap ini, tim akan memperlihatkan masing-masing tulisan *first impression* yang ditulis setiap talent kepada pasangannya, secara bergantian. Kemudian tim kembali memutarakan *statement* dari masing-masing talent yang dilakukan setelah tahap ke II. Perbedaan ekspresi dan emosi yang dihasilkan kemungkinan akan berbeda. Setelah melakukan eksperimen ini, talent diminta untuk menceritakan pengalaman serta pelajaran apa yang bisa dipetik dari kegiatan ini. Dari *statement* ini akan menjadi data pendukung untuk menarik kesimpulan dari sosial eksperimen mengenai dalam dampak kegiatan eksperimen yang dilakukan.

3.2.3 Pra Produksi

Pada tahap ini merupakan tahapan awal dalam membuat sebuah video atau pun film terdapat beberapa hal yang harus dipersiapkan:

- Penulisan skrip pada video *campaign* ini lebih mengarahkan kepada kata-kata pengantar dalam setiap scene yang menunjukkan kegiatan apa yang dilakukan talent selanjutnya. Karena video *campaign* bersifat sosial eksperimen, maka kata-kata dan narasi tidak disiapkan oleh tim produksi, namun natural dan spontanitas dilakukan atau disampaikan oleh talent.
- *Scene list* memberikan referensi kepada tim *camera man* untuk mengambil gambar apa saja dalam *scene*, namun dalam video *campaign* ini pengambilan gambar berdasarkan suasana pada saat produksi, seperti gerakan atau emosi wajah dari para talent yang bersifat natural dan spontanitas.
- Penentuan jadwal syuting dilakukan setelah keperluan syuting atau proses pra produksi telah siap produksi.

Tabel 3.5 Jadwal Produksi Shooting

Jadwal Shooting TA 9 Mei 2020			
Keterangan	Waktu	Detail	
Set Alat	10.00-11.00 WIB		
Pasangan I Cewek-cewek	11.00-12.15 WIB	- Tahap I (11.00-11.15) - Tahap II (11.15-11.45)	Rana&Rosa

		- Tahap III (11.45-11.55) - Tahap IV (11.55-12.15)	
Pasangan II Cowok-cowok	12.30-13.45 WIB	- Tahap I (12.30-12.45) - Tahap II (12.45-13.15) - Tahap III (13.15-13.25) - Tahap IV (13.25-13.45)	Aldy & Leo
Psangan III Cowok-cewek	14.00-15.15 WIB	- Tahap I (14.00-14.15) - Tahap II (14.15-14.45) - Tahap III (14.45-14.55) - Tahap IV (14.55-15.15)	Stalika & Chealse

- Penentuan lokasi syuting dilakukan di studio dengan kesan *simple* dan *clean*



Sumber: (Peneliti, 2021)

Gambar 3.1 Referensi Studio

- Pengaturan cahaya yang digunakan dibantu dengan *lighting* dari studio.



Sumber: (Peneliti, 2021)

Gambar 3.2 Lighting

- Penentuan audio yang digunakan adalah *backsound* untuk mendukung *mood* yang diinginkan, yaitu suasana santai dan *simple*.
- Anggaran biaya disusun untuk mengetahui kira-kira keperluan seluruh produksi

Rancangan Budgeting Tugas Akhir			
Item	Price	Qty	Total
Studio	Rp150.000,00	5	Rp750.000,00
Team	Rp1.000.000,00	1	Rp1.000.000,00
Transportasi	Rp100.000,00	10	Rp1.000.000,00
Merchandise	Rp100.000,00	10	Rp1.000.000,00
Biaya tak terduga	Rp500.000,00	1	Rp500.000,00
			Rp4.250.000,00

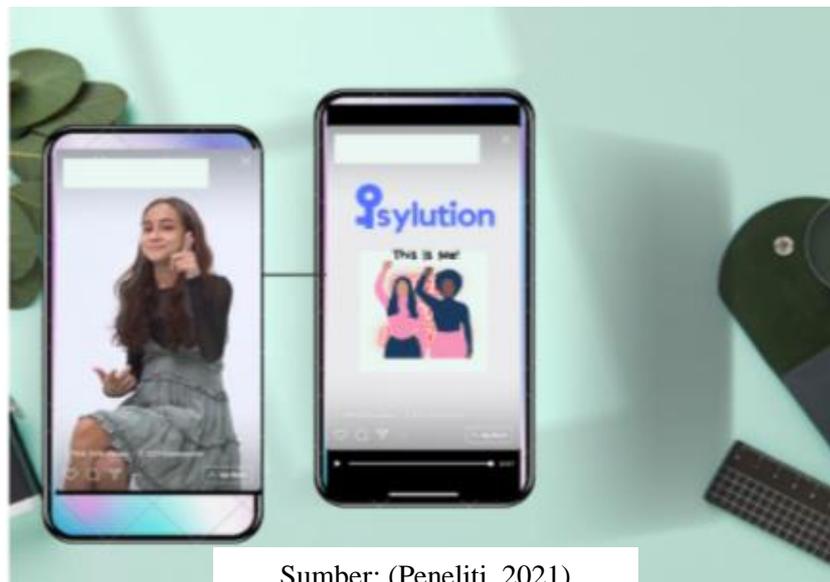
Tabel 3.6 Rancangan Biaya Produksi

- Pengecekan alat syuting berguna, supaya proses produksi dapat berjalan dengan lancar.

3.3 Target Luaran/ Publikasi

Karya yang akan menjadi hasil luaran tugas akhir adalah video *campaign* dengan konsep eksperimen proyek video. Media yang digunakan adalah IGTV dengan format vertikal video melalui pblikasi di media sosial Instagram *shared* media bersama *partner* Psylution.

Konsep video *campaign* dilakukan tanpa memberikan skrip kepada *talent* tentang pertanyaan atau pun kegiatan yang akan dilakukan selama kegiatan *shooting*, sehingga hasil dari reaksi talent akan lebih natural dan nyata. Hasil dari reaksi talent ini yang akan memberikan jawaban dari eksperimen yang dilakukan.



Sumber: (Peneliti, 2021)

Gambar 3.3 Referensi Target Luaran