



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1 Gambaran Umum

Penulis akan membahas materi *viral marketing* sebagai bentuk pemasaran untuk meningkatkan *awareness* terhadap film pendek *Saudade*. Dalam film pendek *Saudade*, penulis berperan sebagai seorang produser. Film pendek *Saudade* dibuat untuk menghadirkan sebuah perasaan yang rindu yang sering dialami oleh subjek, namun mereka seringkali tidak bisa menuangkan perasaan rindu itu ke dalam suatu bentuk yang nyata.

Penulis berfokus kepada proses *viral marketing* sebagai bentuk pemasaran untuk meningkatkan *awareness*. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Kothari (2004) pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang melibatkan fenomena kualitatif, yakni fenomena yang mengedepankan motivasi riset. Jenis pendekatan ini biasa digunakan untuk menemukan hal-hal yang mendasari untuk mencapai tujuan, dalam hal ini penulis menerapkan cara-cara kerja *viral marketing* untuk meningkatkan *awareness* (hlm.3). Ditambahkan Sarwono (2011) penelitian dengan pendekatan secara kualitatif adalah teknik pendekatan yang lebih mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir, dan urutan-urutan yang diciptakan tergantung kepada kondisi. Datanya akan bersifat deskriptif, dimana

datanya mampu berupa foto, dokumen ataupun catatan-catatan lapangan pada saat penelitian dilakukan. Tujuan utama penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah mengembangkan pengertian, konsep-konsep yang pada akhirnya akan berujung menjadi sebuah teori (hlm. 20).

Menurut Sarwono (2011) kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh riset dengan pendekatan secara kualitatif adalah:

1. Peneliti dapat mengkaji proses-proses dinamis, yaitu pola-pola dan perubahan urutan-urutan dokumentasi
2. Peneliti mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual dan latar sebagaimana faktor dan latar tersebut berhubungan dengan kepentingan riset
3. Data kualitatif dalam bentuk kata-kata dan kategori yang berasal dari *sample* untuk digunakan dalam melakukan eksplorasi bagaimana dan mengapa fenomena itu terjadi (hlm. 12).

Seperti halnya yang penulis lakukan dengan pendekatan secara kualitatif, penulis memaparkan bagaimana tahapan-tahapan *viral marketing* untuk meningkatkan *awareness* dibantu dengan data kuantitatif sebagai data penunjang.

### **3.1.1 Sinopsis**

Ria (14), seorang anak perempuan yang menempuh pendidikan di sekolah asrama. Selama bersekolah di sekolah asrama, ia mempunyai banyak teman. Namun ia tidak

bisa menyembunyikan perasaan rindu terhadap sang ibu. Hari itu merupakan ulang tahun Ria ke 14. Ria menunggu telepon dari ibunya untuk sekedar mengucapkan selamat ulang tahun kepada dirinya. Dari pagi sampai malam, sepanjang hari setiap ada telepon berbunyi, Ria selalu berpikir bahwa ibunyalah yang menelepon. Tetapi waktu semakin larut, Ria terus menunggu. Perasaan gelisah bercampur rindu menyelimuti Ria. Ketika jam malam berakhir saat semua siswa diharuskan untuk tidur, Ria masih menunggu dengan diam-diam mencoba mendekati ruangan telepon di kantor suster. Pada akhirnya, Ria memberanikan diri untuk melawan semua aturan demi menelpon dan mendengar suara ibunya.

### **3.1.2 Posisi Penulis**

Penulis memposisikan dirinya sebagai sesubjek produser dalam produksi film pendek *Saudade*. Penulis bertanggungjawab atas keseluruhan proses pembuatan film pendek *Saudade* mulai dari proses pra-produksi, proses produksi sampai dengan proses pasca produksi lebih dikhususkan posisi penulis dalam laporan ini penulis memposisikan dirinya sebagai sesubjek produser yang bertugas melakukan viral *marketing* untuk meningkatkan *awareness* dalam film pendek *Saudade*

### **3.2 Tahapan Kerja**

Sebagai sesubjek produser seharusnya bertanggung jawab dalam hal proses pembuatan film, mulai dari proses sebelum produksi, produksi sampai dengan proses

pasca produksi. Penulis selaku produser memiliki beberapa tahapan dalam melakukan proses pemasaran film pendek sebagai bentuk peningkatan *awareness*.

### **3.2.1 Pencarian Ide**

Penulis memutuskan untuk menggunakan teknik *viral marketing* untuk melakukan pemasaran film pendek. Hal ini didasari oleh jenis-jenis pemasaran yang paling menonjol adalah teknik *viral marketing*, dengan alasan utama banyaknya pengguna internet terutama di Indonesia.

### **3.2.2 Research**

Setelah melakukan tahap pencarian ide, penulis mulai melakukan *research* untuk mencari referensi bentuk *viral marketing* yang paling pas. Bentuk *research* yang dilakukan antara lain melihat jenis-jenis video *viral marketing*, mendalami teori-teori mengenai *viral marketing*.

### **3.2.3 Pra-Produksi**

Dalam tahap pra-produksi, penulis melakukan beberapa kegiatan guna menunjang keberhasilan dari proses *viral marketing*. Beberapa kegiatan itu yakni:

1. Melakukan bimbingan dengan beberapa dosen selaku pembimbing selama masa perkuliahan.

2. Membuat media sosial untuk film pendek *Saudade*. Facebook, Instagram dan email film pendek *Saudade* dibuat untuk membantu proses pemasaran agar berjalan dengan lancar.

#### **3.2.4 Pasca produksi**

Dalam tahap pasca produksi, penulis harus memastikan semua kebutuhan yang terkait dengan film pendek dapat terpenuhi. Selain tanggungjawab dalam hal produksi, penulis juga mulai melakukan proses-proses pemasaran misalnya mulai mengumpulkan bahan-bahan dan subjek yang akan digunakan dalam *viral marketing*. Setelah menentukan subjeknya, penulis memulai untuk memproduksi video *viral marketing*.

#### **3.2.5 Tahap pemasaran**

Tahap *viral marketing* dimulai dengan melakukan proses pembuatan ide, tema dasar yang ingin diangkat. Penulis mengangkat tema tentang kerinduan yang menjadi pesan utama dari film pendek *Saudade* dan mengemasnya dalam bentuk video pendek. Tahapan yang menjadi pertimbangan utama penulis dalam melakukan pemasaran melalui *viral marketing* antara lain:

##### **1. *Creative material***

Menentukan bentuk kampanye yang digunakan penulis adalah sebuah video pendek dengan tema kerinduan. Terkait dengan *genre* yang diusung oleh film

pendek *Saudade*, kerinduan menjadi hal yang bisa dikampanyekan ke masyarakat. Bentuk medianya pun adalah sebuah video pendek yang mudah untuk disebarluaskan secara cepat. Penulis membuat sebuah video pendek dengan judul *How Do You Define a Longing? #Saudade* sebagai bahan *viral marketing* yang akan disebarluaskan.

## **2. Seeding**

Proses penyebarluasan video pendek ke media-media sosial yang sudah dipilih yakni Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Penyebaran video pendek ditargetkan untuk kalangan masyarakat dengan cakupan yang lebih luas. Video pendek yang dibuat oleh penulis disebarluaskan melalui media sosial dalam waktu yang hampir bersamaan.

## **3. Tracking**

Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan dengan cara menghitung jumlah *like*, *view* dan juga komentar pada laman video pendek yang telah disebar sebelumnya.

### 3.2.6 Tahap Analisa Data

Adapun tahap analisa data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 1. Tahap Pendataan

Tahap analisa data dilakukan oleh penulis dengan menggunakan beberapa aplikasi yang memang dikhususkan untuk melakukan perhitungan data secara otomatis. Penulis memulai tahap analisa data dengan tahapan pertama yang dilalui adalah mendapatkan data dari berbagai media sosial yang diinginkan seperti Youtube, Facebook, Instagram dan juga Twitter.

#### 2. Tahap Perhitungan Data

Tahap perhitungan data dimulai setelah mendapatkan semua data dari berbagai media sosial yang ada. Perhitungan data dilakukan beberapa hari setelah disebarkannya video pendek sebagai bentuk *viral marketing*. Perhitungan data dilakukan dengan manual dan juga dengan aplikasi. Tahapan manual dilakukan dengan melihat secara langsung jumlah *view*, *likes* dan juga komentar pada setiap media sosial yang digunakan. Tahapan mendapatkan data dengan aplikasi menghasilkan perhitungan yang langsung ditampilkan dengan cara yang sangat mudah contohnya hanya tinggal memasukkan *username* dari akun media sosial yang diinginkan.

### 3.3 Acuan

Sebagai bahan referensi untuk acuan proses pemasaran film pendek *Saudade*, penulis menggunakan beberapa contoh video pendek dan jenis *viral marketing* lainnya. Salah satu contohnya adalah *viral marketing* dengan bentuk gambar seperti yang dilakukan oleh pembuat film *The Blair Witch Project* (Sanchez&Myrick, 1999). Contoh video pendek yang menjadi referensi adalah video promosi film *Carrie*(Peirce, 2013). Bentuk *viral marketing* video pendek yang mendekati dengan tema yang akan diangkat oleh penulis adalah video pendek dengan judul *Royco – Cita Rasa Masakan Rumah #MasakApaHariIni*(2015).



Gambar 3.1 Video Royco – Cita Rasa Masakan Rumah #MasakApaHariIni

(Sumber : Youtube, 2015)

Video pendek *Royco – Cita Rasa Masakan Rumah #MasakApaHariIni* menjadi pilihan acuan terbaik dari penulis karena mengangkat tema yang hampir sama dengan tema yang akan dibahas oleh penulis. Struktural video pendek yang dibuat oleh penulis pun hampir sama dengan video *Royco – Cita Rasa Masakan Rumah #MasakApaHariIni*. Banyak juga bentuk viral *marketing* yang menjadi acuan dari sang penulis misalnya viral *marketing* dalam bentuk tulisan dan gambar mengenai tema film pendek *Saudade*.

UMMN