

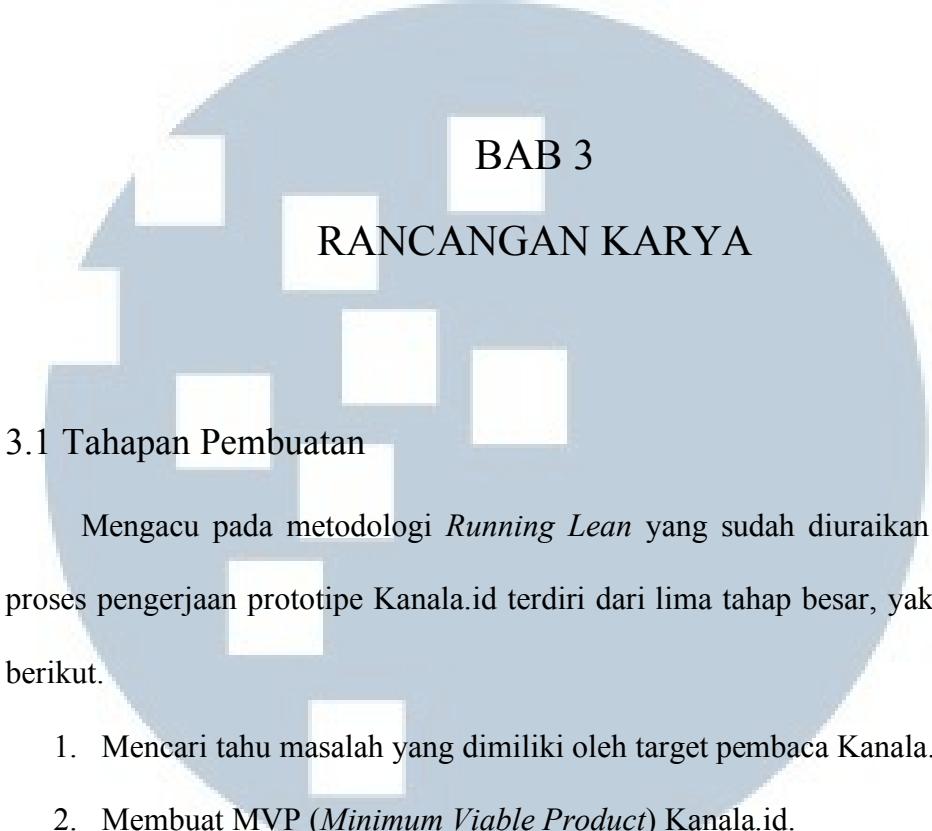


Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 3

RANCANGAN KARYA

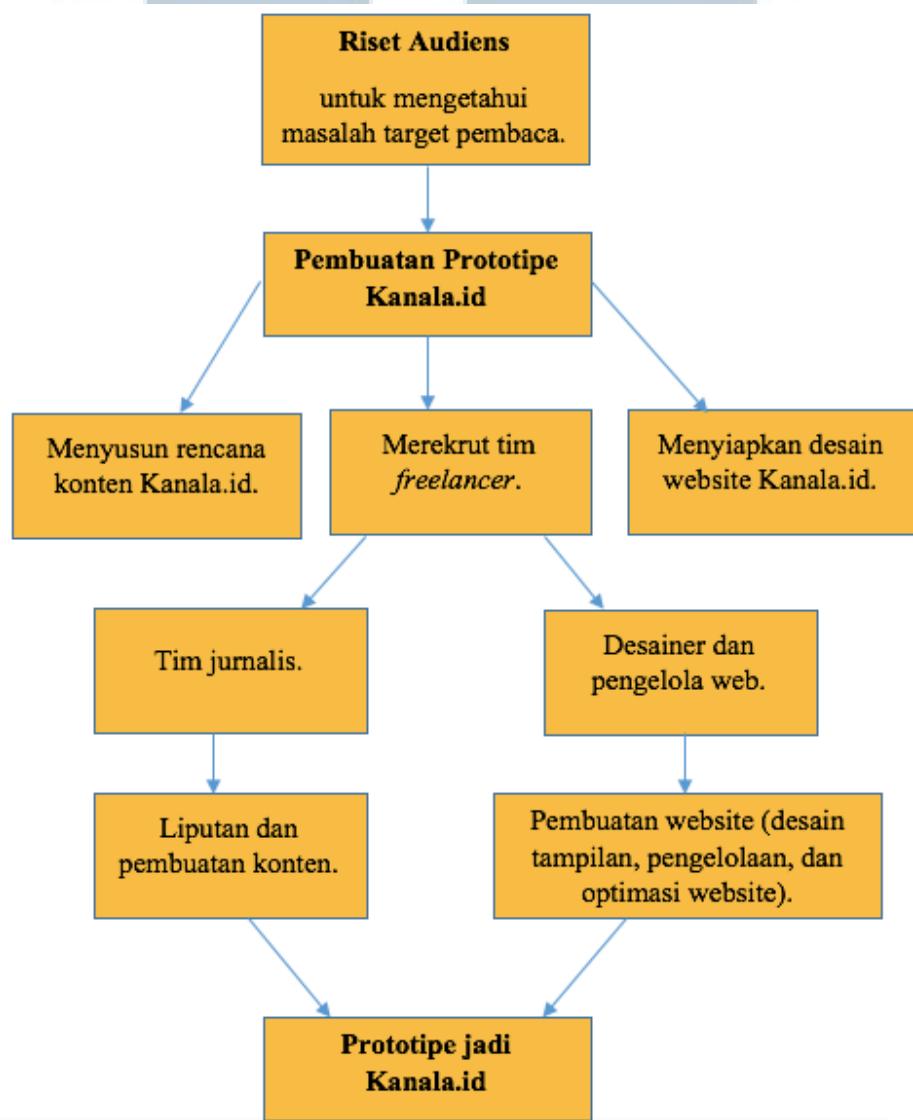
3.1 Tahapan Pembuatan

Mengacu pada metodologi *Running Lean* yang sudah diuraikan di bab 2, proses penggerjaan prototipe Kanala.id terdiri dari lima tahap besar, yakni sebagai berikut.

1. Mencari tahu masalah yang dimiliki oleh target pembaca Kanala.id.
2. Membuat MVP (*Minimum Viable Product*) Kanala.id.
3. Menguji MVP untuk mendapatkan umpan balik dan saran perbaikan dari audiens Kanala.id.
4. Pengembangan Kanala.id secara lebih lanjut berdasarkan temuan di lapangan dan saran perbaikan dari audiens.
5. Persiapan model bisnis dan *scaling up* Kanala.id.

Berkaitan dengan penjelasan di atas, tahap yang dilalui dalam pembuatan prototipe Kanala.id adalah tahap pertama dan kedua. Secara umum dan lebih jelas, inilah tahap pembuatan prototipe Kanala.id.

Bagan 3.1 Proses pembuatan prototipe Kanala.id



Secara lebih mendalam, berikut penjelasan dari proses di atas.

1. Mewawancara target audiens. Penulis menentukan siapa saja target audiens dan masalah-masalah apa saja yang mereka hadapi. Dalam hal ini, target audiens adalah generasi milenial dan generasi Z yang tertarik dengan topik

personal finance. Sebagai langkah awal, penulis melakukan wawancara mendalam dengan beberapa target audiens awal. Sebelumnya, penulis sudah terlebih dahulu menentukan kriteria audiens. Lalu dilakukan wawancara terhadap beberapa responden yang sesuai dengan profil yang penulis susun. Wawancara ini bertujuan untuk membantu menyusun kuesioner riset audiens. Adapun profil audiens awal Kanala.id antara lain: laki-laki dan perempuan, berusia 15 - 30 tahun, memiliki ketertarikan dengan dunia keuangan personal. Mereka bisa berasal dari latar belakang pekerja muda, ibu/bapak rumah tangga, dsb. Yang pasti mereka aktif berinternet dan punya ketertarikan dengan dunia keuangan personal (misal: sudah mulai mengetahui/tertarik dengan investasi, mulai mengembangkan bisnis sendiri, dsb). Di tahap ini, penulis berkeinginan untuk mengetahui preferensi konten dari audiens, juga tentang kebiasaan mereka dalam mengonsumsi konten digital.

2. Melakukan survei dengan menyebar kuesioner. Setelah melakukan wawancara mendalam terhadap target audiens, penulis menyusun kuesioner. Kuesioner ini akan disebarluaskan kepada responden yang sesuai target audiens Kanala.id. Kuesioner akan digunakan untuk mengetahui problem dan kebutuhan audiens. Pengujian dilakukan secara kuantitatif.

Hasil survei dan wawancara mendalam akan dielaborasikan dengan sumber-sumber data sekunder (hasil riset lembaga lain, riset memakai tools di internet, dsb). Hasil elaborasi tersebut akan dijadikan pertimbangan utama dalam menyusun daftar konten yang akan dihadirkan di Kanala.id.

3. Setelah melakukan wawancara dan survei, penulis mendapatkan data-data yang menjadi acuan dalam pembuatan prototipe. Di langkah ini penulis segera mengembangkan prototipe/MVP. Secara umum, ada tiga hal utama yang dilakukan di langkah ini. Tiga hal tersebut antara lain: menyusun rencana konten Kanala.id, merekrut tim *freelancer* Kanala.id, dan menyiapkan rencana desain website Kanala.id.
4. Merekrut tim *freelancer*. Tim yang dibutuhkan untuk pembuatan prototipe Kanala.id antara lain: dua orang videografer yang sekaligus fotografer, seorang jurnalis *freelancer*, dan seorang desainer. Dalam penggerjaan prototipe, penulis mengambil peran antara lain sebagai: pengelola dan pembuat website (*web developer*), penulis konten, pengelola akun media sosial, dan *digital marketing strategist* Kanala.id.
5. Menyusun rencana liputan bersama videografer dan jurnalis *freelancer*. Rencana liputan ini terdiri dari topik-topik konten yang akan diliput, jadwal liputan dan wawancara narasumber, dan mempersiapkan rencana detail konten (*angle, script video*, dan kelengkapan liputan).
6. Melakukan liputan berdasarkan rencana yang sudah disusun. Di tahap ini penulis dan tim jurnalis melakukan liputan dan sekaligus mengerjakan konten-konten Kanala.id.
7. Membuat website Kanala.id. Sambil menjalani proses liputan dan penggerjaan konten, penulis dan desainer juga mengerjakan website Kanala.id. Di tahap ini jugalah dilakukan pembuatan website, pengisian konten website, dan optimasi SEO website.

8. Protipe sudah jadi dan siap untuk dipromosikan. Di tahap ini prototipe sudah jadi dan siap untuk dipromosikan. Prototipe yang sudah jadi berupa website media daring yang terdiri dari 6 kanal, yang mana masing-masing kanal memuat setidaknya 2 artikel multimedia.

Tabel 3.1 Alokasi Waktu Pengerjaan Prototipe Kanala.id

Nomor	Jenis Kegiatan	Waktu
1.	<p>Riset awal (mengetahui jenis konten yang dibutuhkan audiens, preferensi mereka, dan kebiasaan mereka).</p> <p>Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan 5 - 10 audiens awal. Hasil yang diharapkan antara lain pemahaman tentang konten apa saja yang dibutuhkan audiens dan kemasan/bentuk konten yang mereka sukai.</p> <p>Selain itu, hasil wawancara juga akan dipakai untuk membantu menyusun daftar pertanyaan untuk survei audiens.</p>	12 – 24 Maret 2018
2.	<p>Survei Audiens. Di tahap ini penulis akan menyebarkan kuesioner kepada kalangan yang sesuai segmen audiens Kanala.id. Survei bertujuan untuk memvalidasi dan mengetahui kebutuhan dan kesukaan segmen audiens.</p> <p>Kuesioner survei penulis sebarkan melalui email dan grup LINE.</p>	26 – 29 Maret 2018.
3.	<p>Merekut tim <i>freelancer</i>. Tim <i>freelancer</i> Kanala.id terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="489 1843 997 1954">1. Satu orang desainer grafis. Bertugas untuk membuat desain logo dan <i>branding</i> Kanala.id, mengatur 	25 Februari 2018 – 2 April 2018.

	<p>tampilan website Kanala.id, dan membuat infografik untuk Kanala.id.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Dua orang videografer sekaligus fotografer. Bertugas merekam video, mengambil gambar narasumber, dan mengedit video-video Kanala.id. 3. Satu orang jurnalis freelancer. Bertugas menulis konten artikel di Kanala.id, menjadi <i>host</i> dalam <i>web series</i> di saluran YouTube Kanala.id, mengontak narasumber, dan menyusun <i>angle</i> konten Kanala.id 	
4.	Membuat, mengisi, dan mengoptimasi website Kanala.id.	27 Maret 2018 – 20 Mei 2018.
5.	<p>Melakukan liputan, pembuatan dan publikasi konten di website Kanala.id.</p> <p>Mengisi website Kanala.id hingga memenuhi kriteria untuk maju sidang tugas akhir.</p>	3 April 2018 – 3 Juni 2018.

3.2 Anggaran Penggerjaan Prototipe Kanala.id

Berikut rincian anggaran penggerjaan prototipe Kanala.id.

Tabel 3.2 Rencana Anggaran Penggerjaan Prototipe Kanala.id

No.	Jenis Pengeluaran	Nilai Pengeluaran (Rupiah)
1.	<p>Pembuatan website.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sewa hosting Kanala.id untuk tahun pertama. - Sewa domain Kanala.id untuk tahun pertama. - Pembelian tema WordPress. - Sewa SSL tahun pertama + biaya instalasi. 	990.000 250.000 700.000 148.000 2.088.000

	Total:	
2.	Biaya Liputan dan Pembuatan Konten - Biaya untuk liputan dan pembuatan 10 konten multimedia.	2.500.000 2.500.000
3.	Jasa Freelancer - Jasa videografer + fotografer - Jasa desainer	2.500.000 1.500.000 4.000.000
4.	Biaya Riset Audiens - Wawancara audiens - Riset audiens melalui survei	1.000.000 500.000 1.500.000
5.	Biaya Promosi - Biaya iklan di Facebook - Biaya iklan di Instagram	750.000 750.000 1.500.000
6.	Dana Cadangan	 1.000.000
7.	Perkiraan Total Pengeluaran	12.588.000

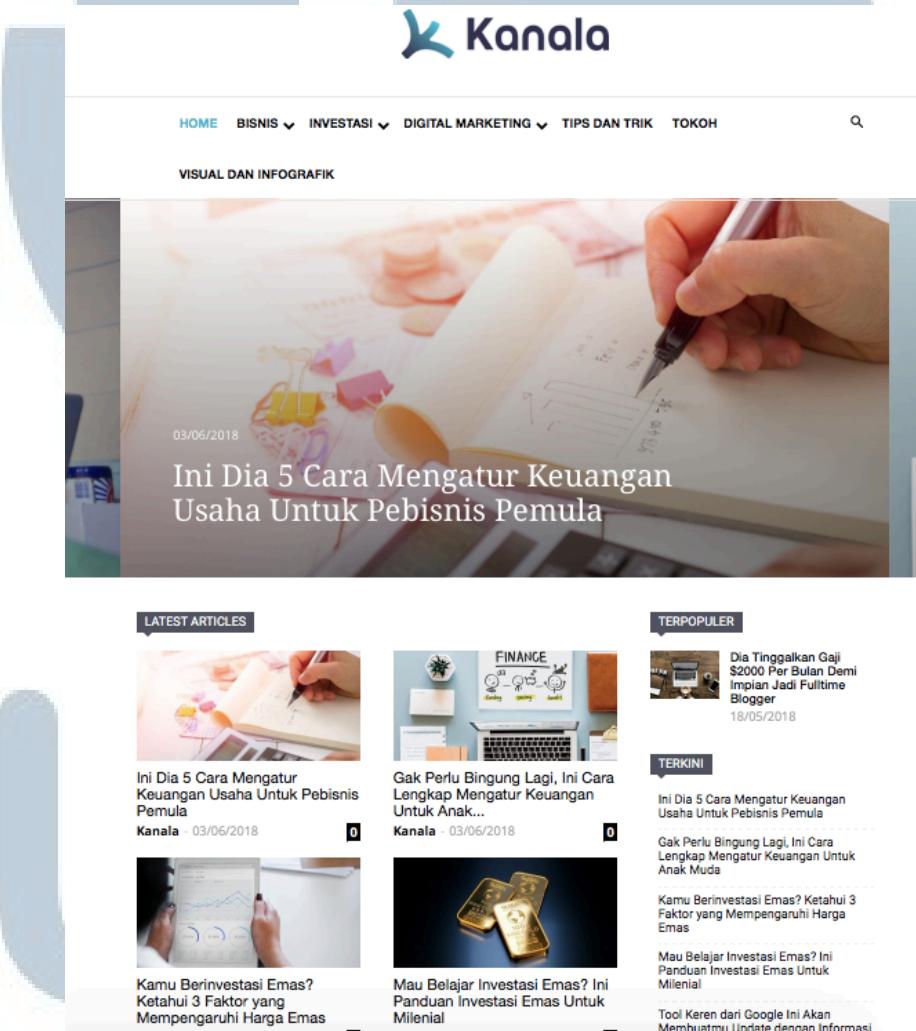
3.3 Target Luaran

Jenis karya yang dihasilkan berupa prototipe media daring bernama Kanala.id. Kanala.id dapat diakses di alamat www.Kanala.id. Kanala.id terdiri dari

enam kanal, yang mana tiap kanal berisi setidaknya dua artikel multimedia. Enam kanal Kanala.id antara lain sebagai berikut.

1. Kanal Bisnis, memuat konten-konten seputar bisnis bagi generasi milenial dan Z. Contoh topik yang dibahas misalnya: tentang membuat rencana bisnis, cara mengatur keuangan bisnis, panduan memulai bisnis bagi milenial, dan lainnya.
2. Kanal Investasi, memuat konten-konten seputar investasi bagi generasi milenial dan Z. Contoh topik yang dibahas misalnya: investasi saham untuk milenial, investasi emas untuk anak muda, cara mengelola keuangan pribadi, dan lain sebagainya.
3. Kanal Digital marketing, memuat konten-konten seputar digital marketing. Konten di kanal ini bertujuan untuk memandu dan menginspirasi generasi milenial dan Z agar memanfaatkan internet dan digital marketing sebagai sarana promosi bisnis mereka. Contoh topik yang dibahas misalnya: tentang Facebook Ads, Instagram marketing, blog dan website, SEO, dan lainnya.
4. Kanal Tips dan Trik, memuat konten-konten *soft news* yang berisi tips dan trik dalam menjalankan bisnis ataupun investasi. Contoh topik yang dibahas misalnya: tips dan trik *social media marketing*, tips dan trik presentasi bisnis, berbagai *tools* menarik untuk mendukung bisnis generasi milenial dan Z, dan lain sebagainya.
5. Kanal Tokoh, memuat konten-konten (berupa *feature*) tentang tokoh-tokoh inspiratif, khususnya tokoh inspiratif di bidang bisnis dan investasi.

6. Kanal Visual dan Infografik, kanal ini digunakan untuk mempublikasikan konten visual Kanala.id. Untuk tahap awal, konten visual yang dihadirkan berupa infografik dan video-video dari Kanala.id.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018.

Gambar 3.1 Tampilan Kanala.id Ketika Diakses dari Perangkat Desktop



Gambar 3.2 Tampilan Kanala.id Ketika Diakses dari Perangkat Seluler

