

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam Tugas Akhir ini, penulis bersama dengan kelompok tim produksi membuat sebuah iklan untuk perusahaan ReCharge Indonesia. Video iklan yang akan diproduksi ini digunakan sebagai media promosi oleh perusahaan ReCharge Indonesia untuk memperkenalkan produk mereka dan memberikan penjelasan bagaimana cara menggunakan jasa yang mereka tawarkan. Nantinya video iklan ini akan berbentuk dua buah video dengan tujuan untuk memperkenalkan dan memberikan penjelasan cara menyewa *power bank* dari ReCharge Indonesia, serta menggunakan teknik *fact-plus-style* di dalamnya. Hal ini dilakukan karena, ReCharge Indonesia sendiri merupakan perusahaan yang baru saja merintis usahanya pada tahun 2018 yang lalu, sehingga mereka masih membutuhkan video iklan yang bertujuan untuk mempromosikan dan menjelaskan bagaimana cara untuk menyewa *power bank* yang mereka sediakan di *ReCharge station* yang tersebar di Jabodetabek dan Bandung.

ReCharge Indonesia sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Internet of Things (IOT)*, yaitu penyedia layanan penyewaan *power bank* berbasis aplikasi pertama di Indonesia. Perusahaan ini mulai beroperasi di Jabodetabek sejak tahun 2018. Tujuan dari ReCharge Indonesia sendiri adalah untuk memberikan solusi yang mudah dan praktis untuk melakukan isi ulang daya

baterai *handphone* para pengguna agar tetap terkoneksi tanpa khawatir kehabisan baterai.

Selain itu, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menulis penelitian skripsi ini. Sugiyono (2016) mengatakan metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dengan pengamatan secara langsung pada peristiwa yang sedang diteliti, sehingga data yang didapat bersifat deskriptif. Pemilihan metode penelitian ini digunakan penulis sebagai cara untuk menganalisis dan melihat sebuah masalah yang terjadi dalam penulisan dan penelitian skripsi ini.

3.1.1. Posisi Penulis

Posisi penulis pada produksi iklan ReCharge Indonesia ini adalah berperan sebagai *copywriter*, dimana penulis harus membuat naskah atau *copy* untuk iklan yang nantinya akan diproduksi oleh tim. Sebelum membuat naskah, penulis terlebih dahulu membaca *client brief* untuk memahami apa yang diinginkan oleh *client* dalam video iklan yang akan diproduksi nanti. Setelah membaca *client brief*, penulis akan menerima *creative brief* yang diberikan oleh *creative director*. *Creative brief* yang telah diberikan kepada penulis, akan diterjemahkan ke dalam sebuah naskah iklan yang nantinya akan diproduksi oleh tim.

3.1.2. Sinopsis

Dalam video iklan yang akan diproduksi untuk ReCharge Indonesia ini terdapat dua buah sinopsis yang diberikan. Sinopsis pertama menceritakan tentang seorang *micro celebrity* bersama temannya yang sedang melakukan *vlogging* melalui

siaran langsung (*live*) di sebuah aplikasi media sosial. Namun ketika ia sedang asik *live*, tiba-tiba *handphone* yang ia gunakan kehabisan baterai, sehingga temannya memberikan solusi untuk meminjam *power bank* yang ada di ReCharge *station* terdekat. Ia pun tertarik dengan solusi itu, dan temannya mengajarkan bagaimana cara untuk menyewa *power bank* di ReCharge *station*. Setelah mereka berdua berhasil menyewa *power bank*, akhirnya mereka melanjutkan *live vlogging* nya dengan tanpa khawatir kehabisan baterai lagi. Sinopsis kedua menceritakan tentang seorang perempuan yang berada di dalam ReCharge *station* mencoba memanggil orang-orang yang ada di sekitarnya untuk mendekat. Setelah itu ia memberikan penjelasan bagaimana cara untuk menyewa dan mengembalikan *power bank* yang disediakan di dalam mesin ReCharge *station* tersebut.

3.2. Tahapan Kerja

Tahapan kerja yang dilakukan oleh penulis yang berperan sebagai *copywriter* dalam proses produksi iklan ReCharge Indonesia ini adalah sebagai berikut:

1. Client Meeting

Penulis bersama tim yang beranggotakan *account executive*, *creative director*, dan *art director* melakukan pertemuan dengan pihak ReCharge Indonesia untuk membahas iklan yang akan diproduksi. Pada pertemuan ini pihak ReCharge Indonesia menjelaskan dan memperkenalkan dengan detail tentang perusahaan dan layanan yang mereka berikan. Selain itu penulis dan tim juga mengajukan empat buah konsep video iklan untuk dipilih oleh pihak *client* yang nantinya akan diproduksi. Dari keempat ide konsep yang penulis

berikan, dipilih satu konsep oleh *client*. Sehingga pada pertemuan pertama ini penulis bersama tim menerima arahan atau *client brief* yang nantinya akan dijadikan acuan untuk membuat video iklan ReCharge Indonesia.

2. Pembuatan Naskah Iklan

Setelah mendapatkan *client brief*, penulis mengetahui bahwa ReCharge Indonesia memiliki target audiens dari kalangan remaja hingga dewasa, laki-laki dan perempuan, berkisar 18-40 tahun, baik pelajar, mahasiswa, maupun pekerja, didominasi oleh pengguna yang cukup aktif di media sosial, dan berada di wilayah perkotaan. Selanjutnya penulis menerima *creative brief* yang diberikan oleh *creative director* untuk diterjemahkan ke dalam sebuah naskah. *Creative brief* sendiri merupakan pengembangan dari *client brief* yang lebih spesifik mengenai konsep iklan yang akan diproduksi. Berdasarkan dari *client brief* dan *creative brief* yang dijadikan acuan, penulis membuat dua konsep ide cerita iklan yang nantinya akan diajukan kembali kepada *client*. Kedua konsep ide cerita tersebut menggunakan teknik *fact-plus-style* di dalamnya, sesuai dari arahan *creative director*.

3. Pre-Production Meeting

Pada tahap ini dilakukan pertemuan-pertemuan dengan *client* untuk membahas naskah iklan yang telah dibuat sebelumnya. Kedua konsep ide cerita yang telah dibuat penulis dipresentasikan ke hadapan *client*. Setelah melihat presentasi naskah iklan yang dibuat, *client* memberikan masukan dan sedikit perubahan, sehingga penulis akan melakukan revisi sesuai arahan dan

keinginan dari *client*. Setelah naskah iklan sudah direvisi dan tidak ada perubahan lagi, tahap selanjutnya adalah pemvisualisasian naskah iklan oleh *art director*, dimana proses ini merupakan pengajuan konsep visual dari *art director* kepada *client* untuk memantangkan konsep yang telah disetujui agar dapat melanjutkan ke proses produksi.

4. *Production*

Dalam tahapan ini penulisan naskah iklan dan konsep visualisasi dari *art director* telah disetujui oleh *client*, sehingga penulis dan tim dapat melakukan proses produksi iklan sesuai dengan konsep dan naskah iklan yang telah dibuat. Tahapan produksi ini berlangsung dengan arahan penulis dan tim, serta diawasi oleh *client* saat proses pengambilan gambar.

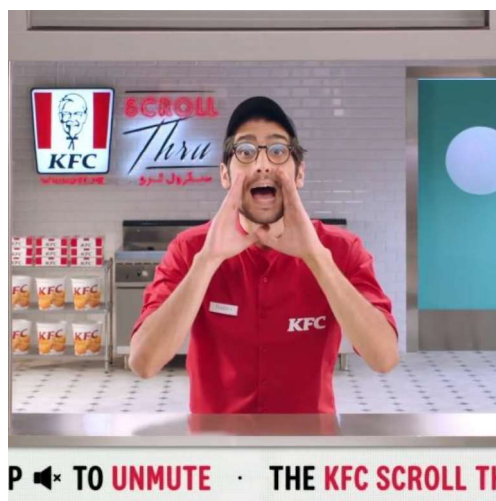
3.3. **Acuan**

Dalam proses pembuatan naskah video iklan untuk ReCharge Indonesia, penulis menggunakan beberapa acuan dari iklan-iklan yang memiliki konsep yang serupa, baik dari narasi maupun visual, untuk merancang teknik *fact-plus-style*, serta dari iklan-iklan yang menggunakan istilah *breaking the fourth wall* di dalamnya. Contohnya seperti iklan “The KFC *Scroll Thru*” dan “Burger King: *Google Home of the Whopper*” yang diproduksi oleh agensi iklan Ogilvy dan DAVID the Agency.



Gambar 3.1. Iklan The KFC Scroll Thru – KFC Middle East

(Sumber: <https://www.ogilvy.com/work/the-kfc-scroll-thru/>.)



Gambar 3.2. Iklan The KFC Scroll Thru

(Sumber: <https://www.ogilvy.com/work/the-kfc-scroll-thru/>.)

Pada iklan *The KFC Scroll Thru* ini penggunaan teknik *fact-plus-style* ditunjukkan dengan baik ketika karakter pada iklan tersebut menjelaskan menu-menu dari KFC sesuai dengan fakta yang ada.



Gambar 3.3. Iklan Burger King: Google Home of the Whopper

(Sumber: <https://www.adweek.com/creativity/burger-kings-outstanding-outrageous-google-home-stunt-snags-direct-grand-prix-at-cannes/2017>)



Gambar 3.4. Iklan Burger King: Google Home of the Whopper (2)

(Sumber: <https://www.adweek.com/creativity/burger-kings-outstanding-outrageous-google-home-stunt-snags-direct-grand-prix-at-cannes/2017>)

Selanjutnya pada iklan Burger King: Google Home of the Whopper ini, penggunaan teknik *fact-plus-style* tidak terlalu ditunjukkan dalam iklan, namun teknik *breaking the fourth wall* yang mereka gunakan pengaplikasiannya cukup baik ketika karakter mencoba membisikkan sesuatu kepada audiens. Dalam iklan ini kalimat yang diucapkan karakter akan memicu aplikasi mesin pencari Google yang ada di dalam *handphone* untuk mencari tahu apa isi dari burger “Whopper” Burger King melalui aplikasi tersebut. Selain menggunakan kedua iklan tersebut menjadi acuan, salah satu iklan dari Shell Indonesia juga menjadi referensi penulis untuk membuat iklan yang nantinya akan diproduksi, yaitu iklan Shell Indonesia yang diperankan oleh Rio Dewanto dengan konsep *vlogging*.



Gambar 3.5. Iklan Shell Indonesia di Instagram
(Sumber: <https://www.instagram.com/shell/2019>)

3.4. Proses Perancangan

Proses perancangan naskah dalam iklan ReCharge Indonesia ini sendiri menyesuaikan dengan *client brief* dan *creative brief* yang telah diberikan, dimana keinginan utama dari *client* adalah ingin memberikan pemahaman ke pengguna bagaimana cara menyewa dan mengembalikan *power bank* melalui ReCharge *station* dengan benar. Karena itu, kedua naskah iklan yang dibuat akan menitikberatkan pada tata cara penyewaan *power bank*, namun dikemas dalam sebuah cerita yang relevan dalam kehidupan sehari-hari di generasi saat ini, yaitu sesuai dengan target pasar dari ReCharge Indonesia sendiri. Pada naskah iklan yang pertama akan menceritakan seorang *micro celebrity* bersama temannya yang sedang melakukan kegiatan *vlogging* dengan siaran langsung melalui sebuah aplikasi media sosial tiba-tiba kehabisan baterai. Kemudian temannya memberikan solusi untuk meminjam *power bank* dari ReCharge *station* yang ada di dekat mereka. Akhirnya temannya mengajarkan cara untuk menyewa *power bank* dari ReCharge *station* tersebut, dan mereka kembali melanjutkan *vloggingnya* tanpa khawatir kehabisan baterai lagi. Ide cerita *live vlogging* ini disetujui oleh *client* karena sesuai dengan target pasar ReCharge Indonesia itu sendiri.

Untuk ide cerita naskah iklan yang kedua juga masih menekankan pada tata cara penyewaan *power bank*, tetapi dengan bentuk yang berbeda, yaitu menunjukkan seorang karakter yang berada di dalam mesin ReCharge *station* mengajak audiens untuk mendekat dan memberikan arahan bagaimana tata cara menyewa dan mengembalikan *power bank* melalui mesin tersebut. Pada naskah

ini, karakter yang ada di dalam video akan melakukan interaksi dengan desain *user interface* yang dimiliki oleh mesin *ReCharge station* sebagai bentuk tata cara menyewa *power bank*.

Kedua naskah yang ditulis ini berdurasi sekitar satu menit, dan memiliki *output* video yang nantinya akan berbentuk vertikal. Hal ini dikarenakan video iklan ini nantinya akan ditempatkan pada media sosial, khususnya *platform handphone* yang memiliki layar vertikal seperti Instagram, dan layar mesin *ReCharge station*.

3.5. Naskah Iklan ReCharge Indonesia

Seperti yang telah dijelaskan pada sinopsis dan proses perancangan, naskah iklan yang nantinya diproduksi sebagai video iklan *ReCharge Indonesia* ini memiliki dua buah versi, yaitu versi pertama menceritakan seorang *micro celebrity* yang sedang *vlogging* melalui *live* Instagram, tetapi tiba-tiba *handphone* yang ia gunakan untuk *vlogging* kehabisan baterai, dan seorang temannya menyarankan untuk menggunakan *power bank* yang ada di *ReCharge station* terdekat. Selanjutnya, versi kedua iklan ini merupakan sebuah *demo product* dengan seolah-olah menceritakan tentang seorang perempuan yang berada di dalam *ReCharge station*. Perempuan itu mencoba memanggil orang-orang yang ada di sekitarnya untuk mendekat dan mengajarkan bagaimana cara menyewa *power bank* dari *ReCharge Indonesia*.

Tabel 3.1. Naskah Iklan “Vlogging Anti Lowbatt.”

ReCharge Indonesia – Vlogging Anti Lowbatt.			
INT. Koridor Mall Pondok Indah – DAY			
NO	AUDIO	VISUAL	NOTES
1	Efka: “Yah <i>Lowbatt!</i> Gimana nih?!”	Ketika Efka sedang berbicara, tiba-tiba muncul notifikasi bahwa <i>handphonenya lowbatt.</i> Efka pun panik dan langsung menekan tombol <i>close.</i>	<i>Superimpose:</i> Muncul kolom <i>Chat Section (Scrolling)</i> Notifikasi “Low Battery 20%”
2	Nissy: “Pake ReCharge aja kalo <i>lowbatt.</i> ” Efka: “Apaan tuh?”	Nissy menyarankan Efka untuk memakai ReCharge. Kemudian Nissy membuka aplikasi ReCharge yang ada di <i>handphone-nya.</i>	Muncul kolom <i>Chat Section (Scrolling)</i>
3	Nissy: “Nih, lu tinggal buka aplikasinya... Terus cari ReCharge <i>station</i> terdekat.” Nissy: “Kaya yang ini	Nissy memberi tahu aplikasi ReCharge kepada Efka. Nissy menunjuk ke ReCharge <i>station</i> yang kebetulan ada di	(Live Instagram dari kamera depan HP Efka di-

	nih.”	dekatnya.	<i>switch</i>)
4	Nissy: “Klik sewa.”	Nissy menjelaskan bagaimana cara untuk menyewa <i>power bank</i> melalui <i>ReCharge station</i> .	Muncul kolom <i>Chat Section</i> (<i>Scrolling</i>)
5	Nissy: “Terus klik <i>rent ReCharge</i> di <i>handphone</i> kita, <i>scan QR code</i> -nya deh” Nissy: “Tinggal pilih kabelnya sesuai <i>handphone</i> kita” Efka: “Ada kabel yang cocok buat <i>handphone</i> gue gak nih?” Nissy: “Pasti ada dong.”	Nissy masih menjelaskan bagaimana cara untuk menyewa <i>power bank</i> melalui <i>ReCharge station</i> . Nissy mengarahkan untuk memilih kabel <i>handphone</i> . Efka menanyakan apa ada kabel yang sesuai dengan <i>handphonenya</i> .	Muncul kolom <i>Chat Section</i> (<i>Scrolling</i>)

6	<p>Nissy: “Tinggal kita tunggu aja <i>power bank</i>nya keluar dari mesin ReCharge”</p> <p>Efka: “Wah canggih banget!”</p>	<p>Nissy mengambil <i>power bank</i> yang keluar dari mesin ReCharge <i>station</i>.</p> <p>Efka terkesima melihat <i>power bank</i> yang keluar dari ReCharge <i>station</i>.</p>	<p>Muncul kolom <i>Chat Section (Scrolling)</i></p>
7	<p>Nissy: “Nih pake, harga sewanya Cuma 3000 buat 3 jam.”</p> <p>Efka: “Wah murah juga! Maksimal sewanya berapa nih?”</p> <p>Nissy: “Untuk sehari Cuma 10000 doang kok.”</p>	<p>Nissy memberi tahu tentang harga sewa <i>power bank</i> ReCharge.</p> <p>Efka merespon penjelasan dari Nissy dengan gembira dan penasaran.</p>	<p>Muncul kolom <i>Chat Section (Scrolling)</i></p>
8	<p>Efka: “Wah keren banget nih <i>guys</i> sekarang, gak perlu takut <i>lowbatt</i> lagi. Karena #AdaRecharge”</p>	<p>Efka memberikan impresi pertama memakai <i>power bank</i> dengan puas dan gembira</p> <p>VO suara Nissy lalu muncul</p>	<p>Logo ReCharge, Apple AppStore, Google</p>

	Nissy: “Ayo <i>download</i> ReCharge di AppStore dan PlayStore”	logo-logo.	PlayStore.
--	--	------------	------------

Tabel 3.2. Naskah Iklan “Yuk Pakai ReCharge.”

ReCharge Indonesia – Yuk Pakai ReCharge			
INT. Mesin ReCharge <i>Station</i> – DAY			
NO	AUDIO	VISUAL	NOTES
1	Nissy: “Hai! Semuanya! Nissy: “Mas! Mbak! Om! Tante! Kakak- kakak! Adik-adik! Semuanya!”	Seorang perempuan tiba-tiba muncul, lalu mengajak segala kalangan audiens untuk menghampirinya, dengan intonasi ceria dan bersemangat.	
2	Nissy: “Aku tahu pasti <i>handphone</i> nya udah pada <i>lowbatt</i> kan?”	Perempuan itu menduga-duga HP para audiens pasti <i>lowbatt</i> .	
3	Nissy: “Langsung klik tombol SEWA yang ada di sini nih!”	Perempuan itu menunjuk ke arah tombol “ <i>rent</i> ” yang ada di bawah untuk menyewa <i>power bank</i> .	<i>Superimpose: pop up</i> grafis sewa dan kembalikan.

4	<p>Nissy: “Nah langsung nih keluar QR Code gede banget.”</p> <p>Nissy: “Langsung aja di scan QR Code nya dan jangan lupa isi saldonya!”</p>	<p>Kemudian ia menginstruksikan audiens untuk <i>scan QR Code</i> yang ada di hadapannya.</p>	<p><i>Superimpose:</i> <i>pop up</i> grafis QR Code untuk sewa <i>power bank</i>.</p>
5	<p>Nissy: “Habis itu tinggal pilih deh kabel charger yang sesuai dengan HP mu!”</p> <p>Nissy: “Pilih pilih pilih pilih pilih pilih!”</p>	<p>Ia memberi tahu untuk memilih jenis kabel sesuai dengan <i>handphone</i> masing-masing pengguna.</p>	
8	<p>Nissy: “Sudah? Kalau gitu, tinggal tunggu powerbanknya keluar dari slot di bawah ini!”</p>	<p>Kemudian ia memerintahkan audiens untuk menunggu sejenak hingga <i>power bank</i> keluar dari <i>slot</i> yang tersedia ada di bawah, sambil melihat ke arah bawah bagian mesin</p>	<p><i>Superimpose:</i> grafis ambil <i>power bank</i> melalui slot di bawah mesin</p>

		ReCharge <i>station</i>	ReCharge <i>station</i> .
9	Nissy: “Udah? Oke deh kalau begitu, jangan lupa yah balikin ke aku!”	Ia mengingatkan untuk mengembalikan <i>powerbank</i> ke ReCharge <i>station</i> apabila telah selesai digunakan.	
10	Nissy: “Tinggal tekan tombol KEMBALIKAN yang ada di sini!”	Kemudian ia itu menunjuk ke arah “KEMBALIKAN” untuk memberi tahu para audiens tombol mengembalikan <i>power bank</i> .	<i>Superimpose:</i> Muncul <i>pop up</i> grafis sewa dan kembalikan.
11	Nissy: “Oke deh kalo gitu selamat menggunakan <i>power banknya!</i> <i>Bye!!! Muah!!!</i> ”	Setelah itu ia berpamitan dengan ceria kepada para audiens.	