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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

METODOLOGI

3.1 Gambaran Umum

Berdasarkan riset dan pencarian klien, penulis bersama dengan tim akan membuat video iklan berbentuk *fashion film* untuk sebuah *brand fashion local* di Indonesia, yaitu Youngwoong Official. Youngwoong Official dipilih karena *brand* ini memiliki cerita yang unik dibalik setiap koleksi yang dibuat. Brand Youngwoong memiliki gaya atau *influence* yang cukup besar dari Korea dipadukan dengan kearifan lokal untuk memberikan cerita yang lebih mendalam pada setiap koleksinya.

Tujuan dari dibuatnya video iklan dalam bentuk *fashion film* ini adalah untuk memberi tahu konsumen atas brand Youngwoong yang tetap eksis walaupun sedang tidak mengeluarkan koleksi baru dan memberikan gambaran mengenai cerita dibalik koleksi Youngwoong itu sendiri khususnya koleksi yang berjudul "Reuni". Penulis melihat bahwa brand Youngwoong sudah lama tidak mengeluarkan suatu koleksi yang baru dan kurang ada promosi dalam bentuk video,dan penulis juga melihat peluang untuk mengadakan kerjasama dengan *brand* Youngwoong. Sebelum produksi, penulis bersama tim mencari tahu kira-kira apa yang dibutuhkan oleh *brand* Youngwoong. Setelah bertemu dengan pemilik dari *brand*, penulis, tim, dan klien setuju untuk membuat *fashion film* yang bertemakan Korean drama.

Dalam melakukan kerjasama dengan klien, komunikasi merupakan hal yang sangat krusial sehingga penulis akan menganalisa bagaimana cara berkomunikasi terbaik dengan klien khususnya Youngwoong Official. Penulis akan menggunakan metode kualitatif yang datanya bisa dianalisa tanpa adanya data statistik. Penelitian kualitatif ditujukan untuk menggali informasi secara dalam dengan cara menganalisa bukan untuk mencari jawaban pasti (Istijanto, 2005, hlm.37). Penulis akan melakukan riset lalu mempraktikkannya dalam proses komunikasi dalam pembuatan video iklan Youngwoong Official.

Pendekatan kualitatif juga memiliki macam-macam teknik dalam praktiknya, salah satu teknik yang cocok dan akan digunakan oleh penulis adalah teknik analisis deskriptif, yaitu teknik yang digunakan dengan cara menjelaskan suatu kejadian secara deskriptif dan jelas selama proses analisis (Raco, 2010, hlm.7). Penulis juga akan membuat perbandingan dengan kejadian yang dialami penulis untuk mendapatkan hasil yang tepat, sesuai, dan faktual dalam berkomunikasi dengan klien.

3.1.1 Sinopsis

Episode 1 : Ae-ri dan Woo-bin merupakan sahabat sejak kecil, sampai pada suatu hari mereka memutuskan untuk menanam *time capsule* yang ditanam di pohon yang berada di taman tempat mereka biasa bermain bersama. Mereka berjanji untuk membuka *time capsule* tersebut 10 tahun lagi karena Woo-bin akan melanjutkan studinya ke luar negeri. Hari ini adalah hari di mana mereka akan membuka *time capsule* tersebut bersama, namun Ae-ri tidak mendapat kabar dari

Woo-bin dan memutuskan untuk pulang, Woo-bin sedang dalam perjalanan ke taman dan sesampainya di taman Woo-bin tidak menemukan Ae-ri di sana.

Episode 2 : Ae-ri merenung di kamarnya dan melihat-lihat album foto lamanya yang berisi foto bersama dengan Woo-bin pada saat masih kecil. Ae-ri melihat di balik sebuah foto ada tulisan berisi janji mereka untuk bertemu kembali di taman. Akhirnya Ae-ri memutukan untuk pergi ke taman menepati janjinya terhadap Woo-bin. Ae-ri berganti baju dan keluar rumah dengan percaya diri menuju taman. Woo-bin yang sudah menunggu cukup lama melihat jamnya dan pergi dari taman. Setelah Ae-ri sampai ia tidak melihat siapa-siapa di taman lalu memberanikan diri untuk menggali *time capsule* tersebut. Setelah berhasil menggali Woo-bin memanggil Ae-ri dan bertanya kepadanya kenapa Ae-ri menggali tanpa Woo-bin.

3.2. Profil Perusahaan

Youngwoong Official mempunyai *tagline* yaitu " We don't talk about clothes but we are dealing with an art", nama Youngwoong sendiri artinya adalah pahlawan. Didirikan pada tahun 2016 oleh seorang *fashion designer* muda bernama Bertha Puspita, *brand* ini memiliki misi untuk memberikan kekuatan dan semangat untuk memberikan warna dan semangat untuk memulai sesuatu yang baru. Youngwoong ingin memberikan suatu warna yang *fresh* dan memberikan penggunanya keberanian dan kekuatan dari warnanya, *cutting* baju, dan *creative fabric.*

Hingga sekarang Youngwoong telah mengeluarkan empat koleksi besarnya dan beberapa koleksi kapsul. Koleksi terakhir yang dikeluarkan berjudul reuni. Koleksi Reuni ini adalah koleksi yang akan difokuskan untuk dibuat video iklan berbentuk *fashion film.* Reuni sendiri dipilih karena memiliki cerita yang menarik dibalik desain bajunya. Koleksi ini mengambil latar belakang tiga tokoh cerita rakyat yaitu Danau Toba, Cindelaras, dan Jaka Tarub. Tujuan dari dibuatnya koleksi Reuni ini adalah memadukan cerita rakyat dengan sesuatu yang modern agar bisa menarik lagi bagi kalangan anak muda zaman sekarang. Juga mau menunjukkan bahwa sesuatu yang sudah lama bisa menarik apabila dikemas dengan baik.

3.3. Posisi Penulis

Dalam proses pembuatan video iklan fashion film Youngwoong Official, penulis berperan sebagai *account executive.* Dalam proses pembuatan sebuah iklan, *account executive* memegang tanggung jawab dan kontribusi yang besar dalam sebuah agensi. *Account executive* bertanggung jawab untuk menjaga relasi dan berkomunikasi dengan klien agar tercipta hubungan mutual, saling percaya, dan baik. Seorang *account executive* juga harus menguasai semua proses dan tahapan mulai dari pre-produksi sampai pra-produksi, *account executive* juga harus bisa memimpin tim kreatif bersama dengan *creative director.*

3.4. Tahapan Kerja

Pada proses pembuatan video iklan Youngwoong Official, ada tahapan yang perlu dilalui salah satu tahapan yang akan difokuskan oleh penulis adalah tahapan praproduksi. Pada tahap pra-produksi peran *account executive* sebagai penghubung dan orang yang paling banyak berkomunikasi dengan klien sangatlah krusial. Pada tahapan ini penulis menawarkan kerjasama untuk membuat video iklan. Awalnya pihak Youngwoong Official meminta referensi gambaran video seperti apa yang akan dibuat dan meminta moodboard dari pihak agensi atau yang dikenal dengan Hallyu Production. Setelah itu penulis bersama dengan *creative director* melakukan *research* mengenai brand Youngwoong terutama dari *feeds* Instagram Youngwoong Official yang menjadi media utama promosi brand Youngwoong Official.

Setelah *moodboard* dikirim pihak Youngwoong memberikan respon yang positif dan tertarik untuk bekerja sama. Penulis sebagai *account executive* bersama *creative director* menjadwalkan pertemuan untuk membicarakan lebih lanjut mengenai rencana kerjasama dan konsep apa yang akan dibawakan pada video iklan. Hal pertama yang dilakukan penulis saat melakukan komunikasi dengan klien adalah menganalisa tipe klien seperti apa Youngwoong tersebut. Cara yang digunakan penulis untuk membaca seperti apa klien yang akan dihadapi adalah dengan mengelompokkan klien berdasarkan teori *client profile* (DiZazzo, 2004, hlm.12). Pertama-tama penulis mengidentifikasi klien sebagai tipe klien *busybodies* dilihat dari komunikasi awal yang terjadi melalui *chatting.*

Saat pertemuan pertama penulis sudah menyiapkan konsep dan rencana kerjasama kedepannya terlebih dahulu sebelum tahu betul apa yang diinginkan *brand* Youngwoong. Pertemuan pertama ini adalah tahap penulis menganalisa seperti apa klien yang sedang dihadapi dan mengenal lebih dalam klien sebagai personal dan *brand* yang dipegangnya yaitu Youngwoong. Setelah pertemuan pertama dilakukan penulis menjadi lebih paham dengan klien yang sedang dihadapi, lalu penulis menganalisa lebih dalam dan merencanakan selanjutnya cara terbaik untuk menghadapi Younggwoong Official. Dari pertemuan pertama ini juga penulis mendeskripsikan klien sebagai tipe klien *yessires* dari caranya berkomunikasi saat berhadapan dengan penulis.

Pada tahap ini *account executive* juga bertugas untuk mencari tahu lebih dalam tentang apa yang sebenarnya dibutuhkan klien, maka itu dibuatlah *client brief* untuk menjadi acuan kerja nantinya baik secara konsep dan isi dari video iklan yang akan dibuat. Melalui *client brief* apa yang diinginkan serta kebutuhan dan konsep video seperti apa yang cocok dengan Youngwoong Official bisa dikembangkan nantinya. Didalamnya juga terdapat informasi lain seperti target penonton, target pasar, gaya produk, pesan yang ingin disampaikan, *mood* dari *brand* yang mau disampaikan, dan informasi lainnya.

Dalam proses pembuatan konsep, cerita, *script, storyboard*, dan lainya, *account executive* bertugas untuk menjadi penghubung antara tim dengan klien. Segala hal yang berhubungan dengan video iklan dan perkembangannya harus disampaikan kepada klien dengan baik sampai klien mengerti dan setuju dengan

apa yang ditawarkan. Sebelum rapat diadakan, penulis akan menginformasikan baik kepada klien dan juga kepada tim hal apa yang akan dibahas pada saat rapat agar terjadi kesepakatan yang dapat dicapaii melalui rapat tersebut.

Minutes of Meeting juga akan dibuat oleh penulis untuk menjadi acuan apa saja yang didiskusikan pada saat rapat dan agar tidak menjadi kesalahpahaman kedepannya. Dalam proses pengerjaan video iklan penulis akan banyak berhubungan dengan klien mulai dari memberikan *update* kepada Youngwoong Official, memastikan semuanya sudah disetujui baik secara kreatif, lokasi, *cast,* jadwal, dan lainnya yang nantinya berhubungan dengan produksi. Setelah segala tahap pra produksi dilakukan, mulailah tahap produksi sampai pasca produksi dapat berjalan dengan baik karena persiapan sudah dilakukan dengan matang pada tahap sebelumnya.

3.5 Acuan Penulis

Acuan berpikir penulis terdapat pada bab II yang digunakan sebagai landasan berpikir dalam mengambil keputusan dan berkomunikasi dengan klien Selama pembuatan *fashion film* Youngwoong Official, penulis sebagai *account executive* perlu sebuah acuan untuk menganalisa klien Youngwoong. Acuan ini didapatkan pertama berdasarkan pertemuan pertama bersama dengan klien. Dari pertemuan pertama ini penulis akan menyimpulkan tipe klien seperti apa yang sedang dihadapi penulis dan tim.