

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Metode Kuantitatif

3.1.1.1 Kuesioner

Penulis menggunakan kuesioner sebagai salah satu cara pengumpulan data dalam metode kuantitatif untuk mengetahui pandangan dari pengguna situs *streaming* film bajakan. Kuesioner akan dibuat dengan Google Form dan disebarluaskan secara daring melalui sosial media dengan metode *non-random sampling* dan teknik *convenience sampling*. Kuesioner ini dikhususkan untuk remaja pertengahan ke remaja akhir yang berusia 18-24 tahun, pria dan wanita, yang pernah atau sedang menggunakan situs *streaming* film bajakan dan beralih ke situs *streaming* berbayar, yang berdomisili di daerah Jabodetabek dan berasal dari pendidikan, dan memiliki pekerjaan yang berbeda-beda.

Penulis menggunakan rumus Slovin dengan derajat eror 10% untuk menentukan jumlah responden. Berikut ini merupakan penjabarannya:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = derajat ketelitian

$$n = N / (N+1 \times e^2)$$

$$n = 5,576,691 / (5,576,692 \times 0,01)$$

$$n = 5,576,69 / 55,766.92$$

$$n = 99,999 \approx 100$$

Besaran sampel yang didapatkan dari hasil perhitungan rumus Slovin adalah 100 sampel. Penulis menyebarkan kuesioner pada tanggal 6 Februari 2022 dan mendapatkan 120 responden. Berikut merupakan hasil kuesioner untuk kategori pertanyaan profil responden:

Tabel 3.1 Tabel Data Diri

Variabel	Tujuan	Dimensi	Indikator	Nilai
Data Diri Responden	Mengetahui kriteria dan validitas responden	Jenis Kelamin	Pria	57 (47.5%)
			Wanita	63 (52.5%)
		Usia	15-19 tahun	15 (14.2%)
			20-24 tahun	98 (81.7%)
			25-29 tahun	5 (4.2%)
		Pendidikan terakhir/ sedang ditempuh	SMA	29 (24.2%)
			D3/D4	2 (1.7%)
			S1	87 (72.5%)
			S2	2 (1.7%)
		Pekerjaan	Pelajar	12 (10%)
			Mahasiswa	79 (65.8%)
			PNS	1 (0.8%)
			Pegawai Swasta	22 (18.3%)

			Pengusaha	5 (4.2%)
			Tidak Bekerja	1 (0.8%)
		Penghasilan atau uang saku per bulan	<= Rp 1.000.000	22 (27.5%)
			Rp 1.000.001 – 3.000.000	37 (30.8%)
			Rp 3.000.001 – 5.000.000	25 (20.8%)
			Rp 5.000.001 – 10.000.000	18 (15%)
			>= Rp 10.000.001	13 (10.8%)

Berdasarkan hasil profil data diri, didapatkan bahwa mayoritas responden merupakan wanita dan rata-rata berusia 20-24 tahun yang masih berstatus mahasiswa S1 dan dengan penghasilan Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000 per bulan. Hal ini sesuai dengan data dari hasil survei YouGov pada batasan masalah yang diambil oleh penulis. Setelah kategori data diri responden, penulis membuat kategori variabel penonton situs *streaming* bajakan dengan tujuan untuk mengetahui validitas responden yang penulis dapatkan.

Tabel 3.2 Tabel Penonton Situs *Streaming* Bajakan

Variabel	Tujuan	Dimensi	Indikator	Nilai
Penonton Situs <i>Streaming</i> Bajakan	Untuk mengetahui media, jumlah, waktu, dan biaya yang dihabiskan	Situs <i>streaming</i> bajakan	IndoXXI	101 (84.2%)
			LK21	64 (53.3%)
			BioskopKeren	17 (14.2%)

	dalam menonton film bajakan	Ganool	14 (11.7%)			
			PusatFilm21	9 (7.5%)		
		Jumlah judul film yang ditonton	1-5 film/bulan	109 (90.8%)		
			6-10 film/bulan	7 (5.8%)		
			11-15 film/bulan	2 (1.7%)		
			>15 film/bulan	2 (1.7%)		
		Jangka waktu penggunaan situs <i>streaming</i> bajakan	<6 bulan	45 (37.5%)		
			6-12 bulan	11 (9.2%)		
			1-2 tahun	16 (13.3%)		
			>2 tahun	48 (40%)		
		Biaya yang dikeluarkan	Rp 0/bulan	114 (95%)		
			Rp 1 – 50.000/bulan	2 (1.7%)		
			Rp 50.001 – 100.000/bulan	3 (2.5%)		
			Rp 100.001 – 250.000/bulan	0 (0%)		
			> Rp 250.001/bulan	1 (0.8%)		
		Perilaku Penonton Situs <i>Streaming</i> Bajakan	Untuk mengetahui kesadaran masyarakat akan perilaku menonton film bajakan	Kesadaran masyarakat bahwa aksi pembajakan film itu ilegal	Ya	117 (97.5%)
				Tidak	3 (2.5%)	
			Kesadaran akan hak yang dilanggar ketika menonton film bajakan	Ya	70 (58.3%)	
				Tidak	50 (41.7%)	

		Masih menonton film bajakan meskipun telah mengetahui dampaknya	Ya	71 (59.2%)
			Tidak	49 (40.8%)

Berdasarkan tabel di atas, penonton situs *streaming* bajakan terbanyak terdapat pada situs IndoXXI dengan jumlah film yang ditonton sebanyak 1-5 film dalam satu bulan. Mayoritas responden telah menggunakan situs *streaming* bajakan selama lebih dari 2 tahun dengan tidak mengeluarkan biaya sepeserpun dan hal ini tentu dapat merugikan pendapatan negara dan pencipta karya film itu sendiri. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku menonton film bajakan dipengaruhi oleh biaya yang relatif murah hingga gratis. Penonton film bajakan sadar bahwa perilaku tersebut merupakan suatu hal yang ilegal untuk dilakukan dan melanggar hak, tetapi mayoritas masyarakat tidak mengetahui akan hak apa yang dilanggar. Para penonton bajakan pun juga mengetahui dampak dari perilaku tersebut, namun mereka masih tetap menggunakan situs *streaming* bajakan.

3.1.1.2 Kesimpulan

Data yang didapatkan dari hasil kuesioner di atas dapat disimpulkan bahwa penonton film bajakan melalui situs *streaming* bajakan dipengaruhi oleh harga yang relatif murah hingga gratis. Hal ini dikarenakan sebanyak 65.8% responden merupakan mahasiswa yang memiliki penghasilan rendah sehingga lebih cenderung untuk mengeluarkan biaya yang sedikit hingga gratis untuk menonton film. Meskipun mayoritas responden mengetahui bahwa film bajakan merupakan hal yang ilegal untuk dilakukan, tetapi mereka tidak tahu

pasti perihal hak yang dilanggar. Hal ini mengindikasikan rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai hak cipta dan dampak terhadap para pencipta karya dan industri perfilman.

3.1.2 Metode Kualitatif

3.1.2.1 Interview

1) Interview dengan Jose Prabowo (*Lecturer, Producer dan Founder PT. Bekantan Rumah Produksi*)

Penulis melakukan wawancara dengan Jose Prabowo, seorang dosen dari mata kuliah *Moving Image Productions* di Universitas Multimedia Nusantara sejak tahun 2016. Ia juga merupakan seorang *Producer* dan *Founder* dari PT. Bekantan Rumah Produksi. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 26 Februari 2022 melalui platform Zoom dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami proses pembuatan film dan jerih payah para pencipta karya film.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Jose Prabowo

Film yang berjudul *Jemari yang Menari* di atas Luka Luka merupakan salah satu karya film yang diproduksi di bawah Bekantan Pictures bersama dengan para dosen, mahasiswa dan alumni UMN dengan nuansa tidak berdialog. Film ini dibuat

sebagai acuan untuk mahasiswa agar dapat mengetahui cara membuat film tanpa dialog dan untuk mengetahui bagaimana visual bekerja. Namun, setelah diproduksi, film *Jemari* mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat hingga memenangkan piala Citra di tahun 2020.

Jose Prabowo mengatakan bahwa dalam membuat film *Jemari*, terdapat enam tahapan yaitu, empat tahapan produksi, kemudian tahapan distribusi dan tahapan eksibisi. Tiga hal utama dalam produksi adalah development, pre-produksi, hingga pasca produksi. Dimulai dari melakukan tahapan perancangan cerita bersama sutradara dan penulis naskah, kemudian melakukan pitching dalam *triangle system* dengan melihat berita yang sedang ramai saat ini.

Dalam tiga bulan, terciptalah naskah pendek dan di bulan Februari, mulai dilakukan proses pra-produksi. Dalam pra-produksi, kru mempersiapkan segala kebutuhan dari *casting* pencarian kru, aktor, lokasi, dan menyusun storyboard. Setelah itu, masuk ke tahap pasca produksi, dimana hasil gambar yang telah direkam akan dipotong dan dipilih sesuai dengan alur cerita tanpa adanya musik atau suara yang mendukung. Ketika sudah tersusun rapi, baru akan disinkronisasi data musik, suara dan visual.

Dikarenakan film ini memang dibuat secara sukarela dan ditujukan untuk keperluan edukasi, tidak dimaksudkan sebagai komersial sehingga fokus utamanya bukan untuk mencari keuntungan. Maka dari itu, setiap pembayaran apapun akan disimpan dan digunakan untuk membuat film berikutnya. Selain itu, pemasukkan akan diberikan kepada masyarakat yang tidak bisa melihat tetapi pencinta film dan juga kaum LGBTQ.

Jose bersyukur sampai detik ini masih belum ada yang melakukan pembajakan atas film *Jemari*, tetapi menurutnya

cukup ironi karena banyak kasus pembajakan film yang terdapat di YouTube dan sosial media lainnya, tetapi masyarakat tetap menonton baru ditegur. Ia merasa keterbatasan platform dapat menjadi alasan masyarakat masih banyak yang menonton film bajakan.

Jose mengatakan bahwa kerugian yang dialami *production house* sangatlah besar karena para pembuat karya tidak mendapatkan hasil yang seharusnya, meskipun sudah mengeluarkan nominal yang besar dalam memproduksi film. Untuk film Jemari, Jose menggunakan *watermark* untuk mencegah pembajakan dan agar dapat melacak siapa yang melihat *preview* film Jemari. Pada acara festival film pun, Jose memberikan *link drive* dengan syarat hanya melihat, tidak bisa diunduh. Apabila ada yang tertarik dengan Jemari dan ingin membawa film ini ke dalam festival, diperlukan surat perjanjian kerjasama.

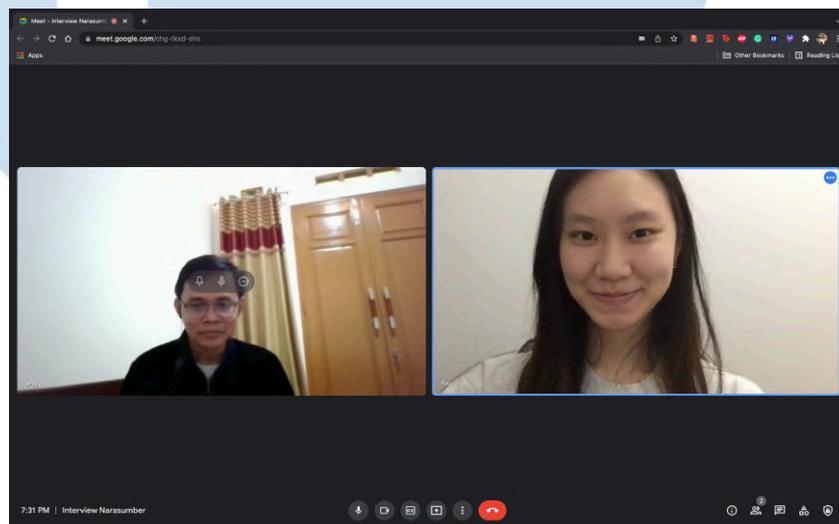
Menurut Jose, industri perfilman juga harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, seperti bioskop di Beijing atau Taiwan yang menanam sensor pada layar bioskop sehingga kamera *handphone* tidak akan bisa merekam layar bioskop. Selain itu, banyak juga yang membajak cerita film dengan memberikan *spoiler* dan mengulas film. Menurut Jose, platform yang cukup menakutkan adalah TikTok karena terdapat beberapa part yang dipotong-potong sehingga lebih mudah untuk diakses.

Hal ini tentu jadi permasalahan yang harus segera diselesaikan.

Jose berharap industri perfilman juga fokus pada kesejahteraan dalam industri perfilman agar lebih terstruktur dan terlindungi.

2) *Interview* dengan Andy Mardani, S.Sn., M.I.Kom. (Dosen dan Ditjen HKI)

Penulis melakukan wawancara dengan Andy Mardani, S.Sn., M.I.Kom., seorang dosen dari mata kuliah *Intellectual Property Rights* di Universitas Multimedia Nusantara dan Pemeriksa Desain Industri di Direktorat Hak Cipta dan Industri. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 23 Februari 2022 melalui Google Meet dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami informasi secara mendalam mengenai Hak Cipta dari sudut pandang Ahli yang telah memiliki pengalaman di bidang Hak Kekayaan Intelektual.



Gambar 3.2 Wawancara dengan Andy Mardani, S.Sn., M.I.Kom.

Andy mengatakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual atau *copyright* merupakan hak yang diberikan oleh pemerintah atau negara atas hasil olah pikir manusia yang menciptakan suatu karya dan perlu dilindungi. Hak ini merupakan upaya pemerintah dan negara untuk melindungi karya yang telah diciptakan. Salah satu karya yang termasuk dalam perlindungan HKI adalah film dan dapat termasuk ke dalam Hak Cipta. Hak Cipta sifatnya deklaratif sehingga tidak perlu didaftarkan karena telah dilindungi secara otomatis, tetapi apabila didaftarkan,

maka nilai dari karya tersebut akan lebih kuat jika terdapat seseorang yang mempunyai itikad tidak baik seperti plagiarisme dan pencurian atas penggunaan film tersebut.

Proses pencatatan Hak Cipta akan otomatis terdaftar dalam berita resmi negara atas nama pemohon dan judul karya. Pendaftaran Hak Cipta memiliki banyak manfaat bagi para pencipta karya. Sayangnya, masyarakat masih belum mengetahui manfaat dari HKI sehingga mereka kurang mengapresiasi karya yang telah diciptakan. Apabila masyarakat sadar akan Hak Cipta dan regulasinya, masyarakat tidak akan melakukan aksi ilegal seperti merekam film dan mengambil gambar. Di negara maju, seperti Korea, Cina, Jepang dan Amerika, kasus pembajakan sangat sedikit karena masyarakatnya paham akan Hak Cipta. Secara edukasi, mereka sudah diajarkan sedari Sekolah Dasar. Sedangkan di Indonesia, pengetahuan masyarakat mengenai HKI masih rendah. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah dan keterbatasan personil dalam menjangkau masyarakat di seluruh daerah Indonesia, serta kurangnya edukasi baik di sekolah, maupun universitas. Dampak dari kurangnya ketidaktahuan dan ketidaksadaran masyarakat akan Hak Cipta sangat berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian bangsa dan kesejahteraan kehidupan berbangsa.

Salah satu kasus pembajakan film yang sedang ramai di Indonesia adalah Layangan Putus. Meskipun tidak terdapat laporan terkait kasus Layangan Putus, tetapi pembajakan film terjadi di berbagai media seperti YouTube, TikTok, Twitter, dan Instagram dan dapat berdampak pada aktivitas penciptaan karya baru karena para pencipta film tidak mendapatkan hak ekonomi yang seharusnya mereka dapatkan. Memang para pelaku pembajakan tidak mendapatkan keuntungan secara eksplisit,

tetapi mereka mendapatkan *subscriber* atau kredit sehingga termasuk dalam pelanggaran Undang Undang Hak Cipta pasal 5 dan 8 nomor 28 tahun 2014, yaitu hak moral dan hak ekonomi. Andy Mardani mengatakan bahwa hal ini perlu diberantas bersama-sama dan merupakan tanggung jawab seluruh masyarakat Indonesia untuk saling mengedukasi dan menghargai para pencipta karya. Salah satunya melalui kampanye agar dapat membudayakan ke semua elemen masyarakat tentang kesadaran HKI. Pengawasan terhadap perilaku hak perlu dilakukan sehingga orang yang ingin beritkad tidak baik dapat lebih berhati-hati dalam menggunakan karya-karya orang lain. Setidaknya, dapat meminimalisir terjadinya pembajakan karena telah diberikan peringatan kepada masyarakat akan hal ini.

3) **Interview dengan Stefanus Wijaya (Penonton film bajakan yang beralih ke situs *streaming* berbayar)**

Penulis melakukan wawancara dengan Stefanus Wijaya, seorang penonton film bajakan dan sudah beralih ke situs *streaming* berbayar. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 23 Februari 2022 melalui platform Zoom dengan tujuan untuk mengetahui alasan menggunakan situs *streaming* bajakan.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Stefanus Wijaya

Stefanus telah menggunakan situs bajakan selama lebih dari dua tahun bahkan sejak ia masih kecil. Ia menggunakan beberapa aplikasi seperti Torrent dan PirateBay, kemudian situs bajakan YIFY, YTS, IndoXXI dan sebagainya. Menurutnya, film yang terdapat pada aplikasi dan situs bajakan sangat lengkap dan juga gratis. Kualitas gambar pada platform tersebut juga *high resolution*. Stefanus mengatakan bahwa awalnya ia hanya penasaran cara menonton film di internet dan keluarlah nama aplikasi dan situs bajakan tersebut yang membawanya ke dunia film bajakan. Menonton melalui platform tersebut sangatlah *tricky* karena terdapat banyak virus dan bisa menyebabkan perangkat yang digunakan rusak.

Stefanus mengetahui bahwa ada sanksi dari menonton film bajakan tetapi, ia kurang tahu seberapa berat sanksi yang diberikan. Ia merasa sedikit ironi karena banyak instansi pendidikan yang mengajarkan kepada muridnya mengenai pentingnya Hak Cipta, tetapi instansi pendidikan juga melakukan pembajakan seperti *software* yang digunakan, buku, film dan sebagainya, tanpa memerhatikan *copyright* nya. Menurutnya, penerapan hak cipta yang baik itu seharusnya menyadarkan anak didik mengenai pentingnya hak cipta karena dalam Hak Cipta terdapat Hak Ekonomi pencipta dan Hak Moral. Sebisa mungkin dimulai dari menggunakan film yang berbayar. Ia pun sadar dan akhirnya menggunakan situs *streaming* berbayar. Dimulai dari paket data dan harganya gratis, akhirnya mencoba untuk *trial* dan ternyata nyaman untuk digunakan. Ia mengatakan bahwa terdapat kelebihan dan kekurangan dari menggunakan situs *streaming* bajakan maupun berbayar.

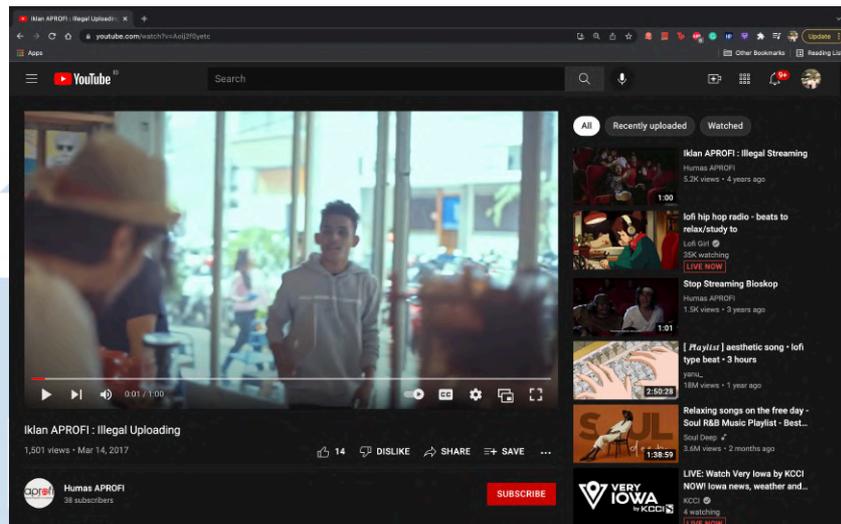
Menurut Stefanus, hal ini terjadi akibat kelalaian pemerintah dalam mengedukasi masyarakat secara mendalam yang

seharusnya instansi pendidikan menerapkan Hak Cipta kepada muridnya agar generasi muda dapat memberantas masalah ini, karena generasi sebelumnya masih kurang paham akan pentingnya Hak Cipta. Pemerintah juga seharusnya lebih meliput kasus pembajakan di berita TV nasional agar masyarakat secara luas sadar akan hal ini selain itu, ia berharap akses untuk menonton film luar negeri tidak dibatasi oleh pemerintah.

3.1.2.2 Studi Eksisting

1) *Illegal Uploading* oleh APROFI

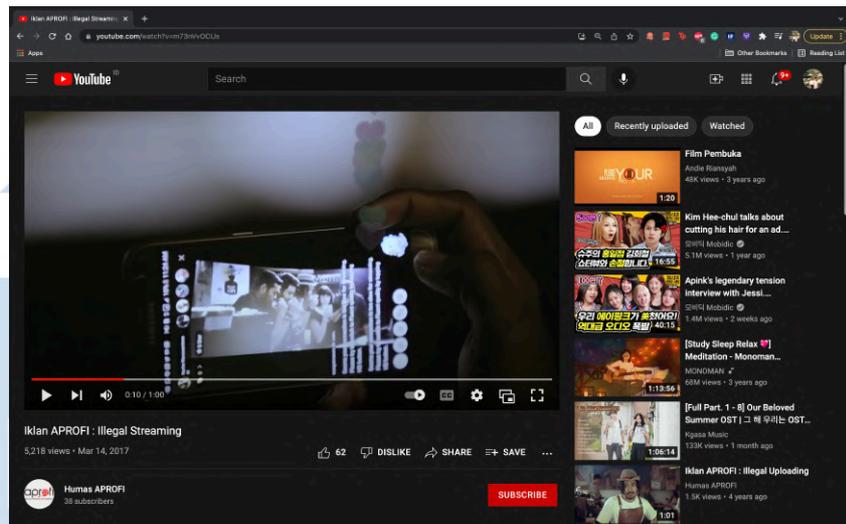
Kampanye APROFI yang berjudul *Illegal Uploading* dibuat pada tanggal 14 Maret 2017. Kampanye ini menjelaskan tentang perilaku mengunggah dan menyebarkan film ke orang lain atau teman yang tanpa disadari dapat melanggar UU ITE dan UU Hak Cipta. Dalam video ini, terdapat figur seorang aktor tanah air bernama Chicco Jerikho yang berperan sebagai barista di suatu kedai kopi dan menangkap aksi pembajakan film yang dilakukan oleh salah satu konsumennya. Pelaku pembajak film dalam kampanye ini kemudian ditangkap dan dikenakan sanksi pidana. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan edukasi bagi masyarakat mengenai perilaku pembajakan dan sanksi dari perilaku tersebut. Kelebihan dari kampanye ini terdapat pada alur *storytelling* yang menunjukkan adanya aksi pelaku pembajakan film mulai dari mengunduh dan mengunggah film tersebut ke situs bajakan, hingga ditangkap oleh pihak kepolisian dan dikenakan sanksi pidana. Tetapi, terdapat beberapa kekurangan dalam kampanye ini yaitu, kurang jelas artikulasi sehingga membutuhkan *subtitle* dan tidak adanya ajakan untuk berhenti melakukan perilaku tersebut.



Gambar 3.4 Iklan APROFI: Illegal Uploading

2) *Illegal Streaming* oleh APROFI

APROFI membuat kampanye kedua yang berjudul *Illegal Streaming* pada tanggal 14 Maret 2017. Pada kampanye ini, terdapat seseorang penonton film yang berjudul *Filosofi Kopi* sedang melakukan *live streaming* melalui suatu aplikasi sosial media pada saat menonton film di dalam teater bioskop. Setelah itu, terdapat dua polisi yang muncul di depan orang tersebut sehingga ia menurunkan *handphone* yang digunakannya. APROFI menggunakan figur aktor Chicco Jerikho dalam pembuatan kampanye ini. Kelebihan yang terdapat dalam kampanye ini adalah contoh perilaku yang diangkat berbeda dari kampanye lainnya. Sedangkan kekurangannya terdapat pada *ending* iklan karena serupa dengan kampanye *Illegal Uploading* dan tidak ada ajakan untuk tidak melakukan hal tersebut.

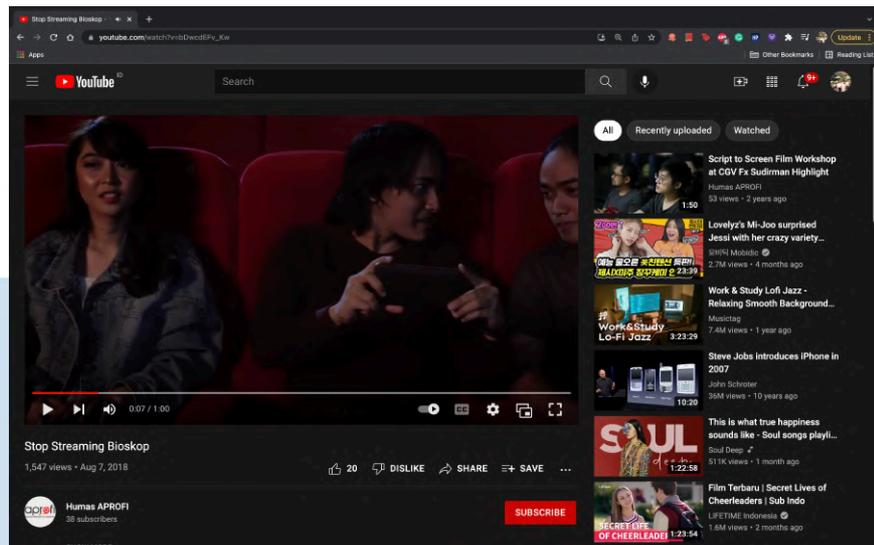


Gambar 3.5 Iklan APROFI: *Illegal Streaming*

3) *Stop Streaming* Bioskop APROFI

Pada tanggal 7 Agustus 2018, APROFI membuat kampanye lagi dengan judul *Stop Streaming* Bioskop. Dalam kampanye ini, terdapat tiga penonton film *Wiro Sableng* dan pada saat film dimulai, salah satu di antara mereka merekam dan melakukan *live streaming*. Teman yang duduk di sebelah pelaku mengetahui aksi tersebut tetapi tidak menegurnya, Tetapi, ketika temannya ingin mengikuti pelaku melakukan pembajakan, ia sadar dan menegur temannya bahwa kita harus menghargai para pembuat film yang telah bekerja keras dengan penuh risiko demi membuat karya yang terbaik.

APROFI menggunakan figur aktor yang bernama Vino Bastian dan Fariz Alfarazi yang berperan sebagai *Wiro Sableng* dan *Bujang Gila Tapak Sakti*. Kampanye ini mengambil sudut yang berbeda, yaitu dari sisi pembuat film dan mengajak masyarakat untuk lebih menghargai hasil karya yang telah dibuat. Selain itu, penggunaan *subtitle* termasuk juga dalam kelebihan kampanye ini. Sayangnya, ketika para aktor mulai muncul, percakapan diantara keduanya membosankan dan terlalu bertele-tele.



Gambar 3.6 Iklan APROFI: *Stop Streaming Bioskop*

3.1.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan studi eksisting yang telah penulis dapatkan, mayoritas masyarakat menonton film bajakan karena akses yang mudah, gratis, filmnya lengkap dan *high resolution*. Banyak cara untuk menikmati hasil pembajakan film yaitu dari *illegal uploading* yang sering ditemukan di situs atau aplikasi bajakan, platform sosial media khusus untuk *live streaming*. Masyarakat masih menonton film bajakan karena gratis dan keterbatasannya akses menonton film. Banyak film yang ditayangkan tidak dapat ditonton di Indonesia atau film yang ingin ditonton tidak ditemukan di platform resmi. Masyarakat juga masih kurang paham akan dampak dan sanksi dari menonton film bajakan terhadap dirinya sendiri. Hal ini merupakan kurangnya kesigapan pemerintah dalam mengedukasi masyarakat sejak dini. Seharusnya pemerintah mencontoh negara-negara maju seperti Korea, Cina, Amerika dan Jepang dalam mengedukasikan masyarakatnya terhadap Hak Cipta sejak Sekolah Dasar. Apabila generasi penerus diajarkan mengenai pentingnya Hak Cipta, maka akan lebih dapat menghargai ciptaan dari suatu karya.

3.2 Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan metodologi perancangan Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* (2010), dengan menggunakan 6 tahapan metode perancangan sebagai berikut:

1) **Overview**

Overview merupakan tahap dimana penulis mengumpulkan informasi mengenai isu pembajakan film terbaru melalui studi eksisting, wawancara, observasi, dan menyebarkan kuesioner. Data yang dikumpulkan akan berupa alasan masyarakat melakukan pembajakan film dan pandangan masyarakat terhadap pembajakan film.

2) **Strategy**

Pada tahap kedua, penulis melakukan pengolahan data yang terkumpul lalu menentukan strategi dan taktik pesan untuk merancang kampanye anti pembajakan film melalui situs ilegal yang nantinya disatukan dalam *creative brief*. Dalam tahapan ini, metode yang digunakan oleh penulis merupakan metode AISAS (Sugiyama & Andree, 2011) untuk digunakan pada *media planning*.

3) **Ideas**

Setelah melewati tahap kedua, penulis mulai menentukan ide dan konsep yang sesuai melalui proses *mindmapping* dan *brainstorming*. Penulis juga akan membuat *copywriting* untuk digunakan dalam memberi pesan kampanye dan disesuaikan dengan target audience.

4) **Design**

Pada tahap *design*, penulis mewujudkan ide dan konsep yang telah dibuat pada tahap *ideas* ke dalam bentuk visual. Dimulai dari tahap eksplorasi referensi visual, lalu merancang sketsa dan memilih warna juga typeface yang akan digunakan pada desain. Penulis juga akan membuat *key visual* sebagai pedoman dalam mengimplementasikan desain ke berbagai media

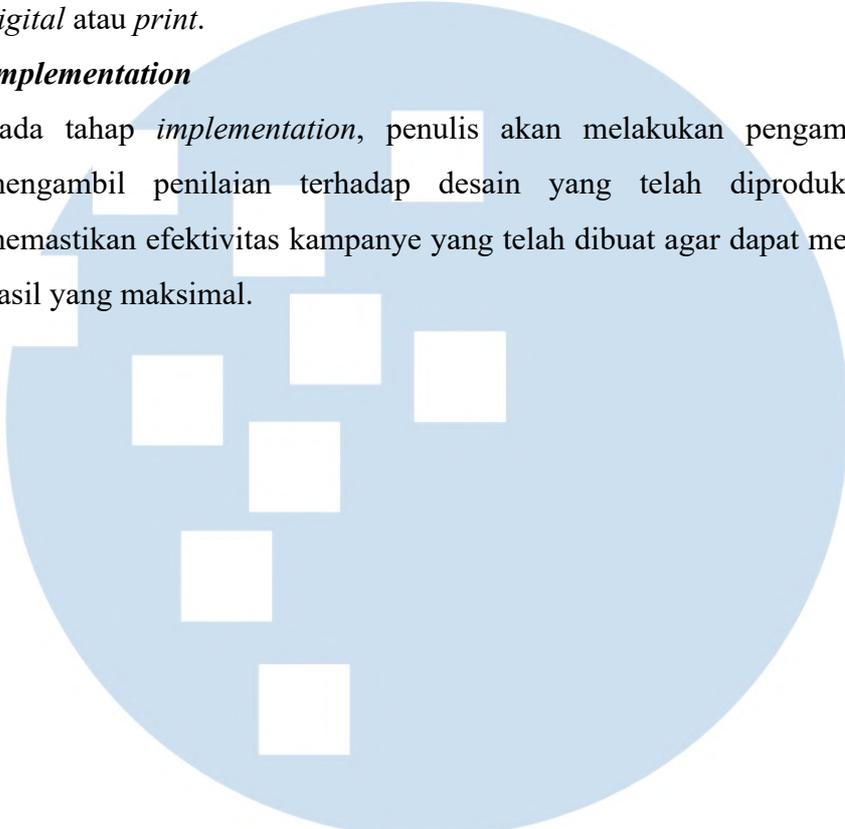
5) **Production**

Pada tahap *production*, penulis akan memproduksi dan mengimplementasikan desain yang telah dibuat sesuai dengan perencanaan

strategi media yang telah ditetapkan. Hasil produksi desain dapat berupa *digital* atau *print*.

6) ***Implementation***

Pada tahap *implementation*, penulis akan melakukan pengamatan dan mengambil penilaian terhadap desain yang telah diproduksi untuk memastikan efektivitas kampanye yang telah dibuat agar dapat memberikan hasil yang maksimal.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA