

5. KESIMPULAN

Dalam pembuatan sebuah video musik, biaya atau *budget* produksi merupakan suatu hal yang harus dipersiapkan dengan matang. Sebagai produser, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengawasi, mengatur dan meminimalisir segala pengeluaran biaya produksi. Salah satu strategi yang penulis lakukan sedari awal adalah dengan mencari *sponsorship* terhadap kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan saat proses produksi. Seperti properti, *wardrobe* dan juga *equipment*. Hingga akhirnya, penulis mendapatkan bantuan *sponsorship* dari Hey's Cakery, Alternate Project, Coterie Coffee dan BSM Entertainment

Penulis pun memilih menggunakan konsep *in-kind sponsorship* sebagai konsep kerjasama penulis dengan *brand*. Penerapan *in-kind sponsorship* berupa pertukaran kebutuhan produksi dengan *exposure* dan *promotion* bagi para *brand*. Maka dari itu, salah satu strategi yang penulis lakukan adalah dengan menargetkan para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memiliki target konsumen para mahasiswa/i UMN. Hal tersebut menjadi hal yang menguntungkan bagi penulis sebagai pihak sponsor dan bagi *brand* sebagai pemberi sponsor. Kedua belah pihak memiliki keuntungan secara konkrit.

Selain itu, penulis juga melakukan strategi dalam pembuatan proposal *sponsorship* video musik ini, dengan mengutamakan visual dari proposal tersebut. Proposal yang menarik, dapat membuat pihak sponsor tertarik untuk membacanya lebih jauh. Hal ini dapat dilakukan dengan pembuatan proposal yang berwarna, tidak terlalu banyak teks, hingga susunan halaman yang tepat, agar pihak sponsor semakin tertarik untuk membuka lembar demi lembar proposal.

Penawaran yang penulis ajukan kepada pihak sponsor menjadi kunci keberhasilan. Dalam strategi membuat penawaran, penulis melihat kebutuhan yang diperlukan oleh suatu *brand* terlebih dahulu yang dimana harus selaras dengan konsep *in-kind sponsorship* sendiri, yaitu terkait promosi dan *exposure*. Dan hal tersebut penulis tuangkan ke dalam berbagai penawaran, salah satunya *product placement*. *Product placement* tersebut sebagai salah satu bentuk *promotion* dari

brand-brand yang memberikan sponsor. Kemudian, terdapat penawaran peletakkan logo *brand* yang tertera di *credit title*. Sebagai benefit tambahan, penulis bekerjasama dengan kepanitiaan Starlight UMN untuk melakukan promosi melalui *instagram story* terhadap *brand-brand* tersebut dengan total 90.000 (Sembilan puluh ribu) followers. Melalui *in-kind sponsorship*, penulis mampu meminimalisir *budget in-direct* sejumlah Rp. 13.428.000,00,- (*tiga belas juta empat ratus dua puluh delapan ribu rupiah*) dari total biaya produksi.

