

dengan konteks tertentu atau menghubungkannya dengan konten lain. Modifikasi tersebut dapat menghasilkan suatu konten dengan gambar atau video yang mirip dengan cerita yang berbeda. Setelah selesai, pembuat konten *meme* akan menyebarkan konten di media sosial (Juditha, 2015).

*Meme* merupakan fenomena menyebarnya suatu ide, perilaku atau gaya dari satu orang ke orang lain dalam bentuk gambar, *hyperlink*, video, situs web atau *hashtag* (Juditha, 2015). Ada dua jenis *meme* yaitu *meme* yang mengadaptasi produk ke dalam *meme* yang sudah ada dan *meme* asli yang diciptakan perusahaan. Selain dapat menghibur audiens, *meme* juga dapat menunjukkan selera humor dari perusahaan (Krowinska *et al*, 2024).

### **3. METODE PENCIPTAAN**

#### **Deskripsi Karya**

Karya pada penelitian ini akan mengacu kepada film fiksi pendek berjudul *Pedes atau Enggak?* (2024). Film pendek *Pedes atau Enggak?* menyampaikan fenomena tentang pola asuh otoriter oleh orang tua. Film ini menceritakan tentang seorang ibu bernama Hanna yang ingin membuat konten tentang makanan pedas pada kompetisi Hari Anak Sedunia bersama anaknya yang bernama Bella demi membiayai sekolahnya, namun Bella tidak bisa makan pedas. Film ini berdurasi selama 14 menit dan termasuk ke dalam *genre* drama.

Karya pada penelitian ini berupa konten media sosial. Bentuk dari konten-konten tersebut adalah foto dan video. Penulis mempublikasikan foto dalam bentuk *feeds* dan video dalam bentuk *reels* dengan resolusi 1080x1080 dan aspek rasio 1:1. Secara keseluruhan penulis mempublikasikan konten sebanyak 15 konten, dengan 13 konten foto yang terdiri dari informasi umum terkait topik film, *teaser* desain judul film, foto *Behind The Scene*, konten *meme* dan poster film dan 2 konten video yang berisi *meme* dan *trailer* film.

## Konsep Karya

Konsep penciptaan pada penelitian ini adalah konten pemasaran yang mengacu pada film pendek *Pedes atau Enggak?* (2024). Konsep bentuk pada penelitian ini adalah konten *feeds* dan *reels* di Instagram. Bentuk penyajian untuk karya film acuan adalah *live action*. Konsep penyajian karya pada penelitian ini adalah konten-konten informatif, edukatif dan konten-konten yang dapat menjual karya film yang menjadi acuannya.

## Tahapan Kerja

Berikut rincian tahapan kerja untuk pembuatan konten.

### 1. Tahap pengembangan

Pada tahap pengembangan, penulis fokus mengembangkan gagasan dan ide cerita untuk film pendek yang dijadikan acuan konten. Bersama sutradara dan penulis naskah, penulis ikut mendiskusikan topik, pesan dan tema film. Penulis mulai melakukan *brainstorming* konten dengan melakukan riset akun-akun Instagram yang terdapat konten pemasaran film. Selain itu, penulis juga melakukan riset terhadap fenomena yang berkaitan dengan topik film sebagai bahan konten.

### 2. Tahap pra produksi

Pada tahap pra produksi, penulis membuat sebuah prototipe untuk konsep *feeds* yang dibuat sebagai acuan pada saat pembuatan *feeds*. Perancangan konten mengacu kepada studi pustaka penelitian ini. Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, penulis memulai studi pustaka terkait dengan pemasaran film secara umum kemudian konten TOFU (*Top of Funnel*) sebagai teori utama, *content ideation*, matriks pada *content marketing funnel* dan *meme* sebagai teori pendukung. Penulis mengambil berbagai buku dan jurnal sebagai sumber studi pustaka penelitian. Penulis mengumpulkan semua teori dan informasi hasil riset lalu memasuki proses *copywriting* atau penulisan konten setelah melalui proses *content ideation* seperti pada teori Krowinska *et al* (2024).

### 3. Tahap produksi

Pada tahap produksi, penulis fokus merancang konsep visual *feeds* dan menata aset-aset di setiap slide konten. Penulis juga menata hasil proses *copywriting* bersamaan dengan aset visual yang ada. Agar konten yang dibuat dapat mewakili *mood* yang sama seperti pada filmnya, penulis melakukan eksperimen serta berdiskusi dengan sutradara terkait *font* untuk judul film pada poster dan konten. Setelah memutuskan jenis *font* yang digunakan, penulis melakukan eksplorasi serta berdiskusi dengan sutradara terkait warna *font* pada konten.

4. Tahap pasca produksi

Pada tahap pasca produksi, penulis melakukan proses *rendering* untuk konten yang sudah selesai diproduksi. Setelah selesai proses *rendering*, penulis memasuki tahap publikasi konten di Instagram. Penulis menambahkan deskripsi yang dapat menarik perhatian audiens terhadap *feeds*. Setelah itu, penulis mempublikasikan konten secara berkala.

**4. ANALISIS**

**4.1. HASIL KARYA**

Berikut merupakan tabel perbandingan antara prototipe dengan hasil akhir *feeds* Instagram @persepsi.film sebagai implementasi konten TOFU (*Top of Funnel*) pada film pendek *Pedes atau Enggak?* (2024).

	Prototipe		
Baris 5	Foto dan Trailer Film	Foto	Foto dan Poster Film
	Hasil Akhir		