

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

Perancangan karya ini terdiri dari video dan 3 *collateral* produk yang terdiri dari poster, *flyer*, dan *point-of-purchase*. Untuk video yang diproduksi, akan berjumlah 4 video yang terdiri dari 3 video berdurasi 1 menit dan 1 video berdurasi 4 menit. Untuk melakukan rancangan karya tersebut, diperlukan beberapa tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Menurut buku Brown (2016), tiga tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi merupakan bagian penting dalam proses pembuatan film dan media lainnya. Setiap tahap saling bergantung, dan perhatian terhadap detail pada setiap tahap dapat berdampak pada kualitas produk akhir. Setiap tahapan tersebut memiliki perannya masing-masing agar dapat menghasilkan suatu *product profile* yang sesuai.

3.1.1. Pra Produksi

Tahap pertama dari pembuatan video ini adalah tahap pra produksi untuk melakukan rancangan rencana sebelum dilakukannya tahap produksi.

a. Menentukan Topik

Untuk mengetahui acuan untuk membuat *video profile* yang dibutuhkan perusahaan, tahap pertama yang dilakukan yaitu menentukan tema besar dari *Product Profile* ini. Topik yang ingin diangkat yaitu *New Product Launching* dari brand For Him product Shampoo. Tema besar yang akan dibuat dalam *Product Profile* ini adalah "*Bigger is More Practical.*" Penentuan tema ini diambil berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak For Him, bahwa hal yang mau ditonjolkan dari video ini yaitu Kemasan Baru nya yang berupa kemasan Botol hingga menjadi lebih hemat 53% dan cocok untuk orang yang pertumbuhan rambutnya cepat.

b. Membuat *Storyboard* dan *Storyline*

Storyboard merupakan sebuah ide yang dituangkan dalam bentuk gambar, sedangkan *storyline* merupakan ide cerita secara garis besar yang dituangkan dalam bentuk naskah (Adiansyah, 2020). Pada tahap ini, pembuatan *storyboard* dan *storyline* akan membantu proses pengerjaan *video profile* yang akan dibuat. Selain itu, *storyboard* dan *storyline* ini akan mempermudah *videographer* dan *editor* dalam proses pembuatan dan pengeditan video. Untuk hasil *storyline* dan *storyboard* nantinya akan terdapat 4 garis besar karena terdapat 4 video dalam *product profile* ini.

c. *Timeline Kerja*

Tabel 3. 1 Tabel Timeline Kerja

Linimasa Perancangan Karya																				
Kegiatan	2024																			
	September					Oktober					November					Desember				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Pengajuan izin pembuatan karya																				
Pembuatan ide																				
Pra Produksi																				
Produksi																				
Pasca Produksi																				
Publikasi Social Media																				
Pembuatan Produk Collateral																				

3.1.2. Produksi

Selanjutnya yaitu produksi, tahap ini merupakan tahapan yang akan dilakukan sesuai dengan rencana yang telah dibuat pada tahap pra produksi. Dan berikut merupakan beberapa tahapan dalam proses produksi.

a. Produksi Video

Produksi video ini mengikuti konsep yang telah dibuat sebelumnya pada *storyline* dan *storyboard*. Dalam produksi video ini, membutuhkan 1 videografer dengan teamnya, 3 talent, dan 1 editor. Untuk talent, membutuhkan beberapa wardrobe seperti kemeja dan celana panjang, kaos kutang dan celana pendek, baju tidur, handuk dan baju olahraga. Untuk lokasi yang digunakan untuk produksi video yaitu rumah dengan setting di kamar mandi, kamar tidur, ruang tamu, dan halaman rumah.

Tabel 3. 3 Tabel Perancangan Produksi Video

TUGAS	DESKRIPSI
<i>Producer, Script Writer, Director</i>	<ul style="list-style-type: none">- Mengkoordinasi setiap proses produksi video- Membuat skrip dan konsep video- Memberikan arahan dan pengawasan saat proses shooting video
Videographer	<ul style="list-style-type: none">- Mengoperasikan kamera dalam pengambilan video
Editor	<ul style="list-style-type: none">- Menyusun dan menggabungkan setiap video yang sudah di shoot oleh videographer menjadi sebuah kesatuan video sesuai dengan skrip yang telah dibuat
Talent	<ul style="list-style-type: none">- Menjadi model dalam video- Mengikuti arahan director selama proses shooting

b. Produksi Collateral Marketing

Marketing collateral dalam sebuah perusahaan sangat dibutuhkan untuk mempromosikan produk atau brand guna membentuk sebuah citra dan identitas produk atau brand tersebut menggunakan berbagai media promosi cetak maupun digital dengan menjangkau konsumen yang luas (Li et al., 2022). Sebelum pembuatan *Collateral Marketing*, dibutuhkan beberapa proses seperti:

- Tujuan yang ingin dicapai

Mendapatkan *awareness* dari masyarakat mengenai *brand refresh* dari produk For Him Shampoo Color Bottle melalui poster yang diunggah pada sosial media brand dan flyer yang akan disebarakan pada acara event *launching* produk. Selain itu, agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat produk baru dari For Him Shampoo Color Bottle dan mengetahui manfaat dan kegunaan dari produk baru ini.

- Konten

Konten yang dibuat dalam poster berisi *USP (Unique Selling Point)* dengan visual dan text yang sesuai dengan Product Knowledge nya. Selain itu, juga ditampilkan poin penting dalam produk ini yaitu “Tutup Uban Dengan Sempurna Dalam 5 Menit.” Dalam konten ini, poster akan menggunakan gambar dari foto produk tersebut yang dikemas dalam desain yang menarik. Dan dalam pembuatan poster ini, desain yang dibuat menggunakan desain yang simple dan tidak terlalu ramai sehingga tampilannya akan menjadi lebih menarik.

Tabel 3. 4 Tabel Perancangan Produksi Collateral Marketing

TUGAS	DESKRIPSI
<i>Design Graphic</i>	- Membuat <i>design</i> poster dan flyer sesuai arahan.
<i>Copywriter</i>	- Membuat tulisan USP pada <i>design</i> poster flyer.

3.1.3. Pasca Produksi

Setelah proses *shooting* selesai dilakukan, tahap selanjutnya yaitu tahapan *editing*. *Editor* akan berkoordinasi dengan *videographer* untuk menyusun dan memilih beberapa *scene* video yang terbaik. Selain itu, editor akan menambahkan beberapa elemen lainnya seperti audio, teks, filter, dan efek yang sesuai dengan konsep yang diinginkan. Setelah itu, akan dilakukan evaluasi dengan menyebarkan kuesioner untuk melihat keberhasilan karya yang telah dibuat.

3.2 Target Luaran/Publikasi

Dalam tahapan ini, video dan collateral diharapkan dapat menghasilkan *awareness* yang tinggi terhadap produk baru For Him Shampoo Color Bottle. Selain itu, diharapkan para pria berusia di atas 30 tahun ini mengerti akan kemudahan pemakaian yang dapat menghilangkan uban hanya dengan 5 menit dan kelebihan yaitu lebih hemat 53% dengan botol dibanding sachet. Dengan demikian, akan menghasilkan jawaban dari permasalahan yang dialami oleh para pria di atas 30 tahun yang memiliki pertumbuhan rambut yang cepat sehingga cepat ubanan dan tidak cukup menggunakan For Him Shampoo Sachet. Video yang telah diproduksi akan dipublikasikan melalui media sosial For Him yaitu melalui platform media *TikTok* dan akan ditampilkan pada TV di event *NPL (New Product Launching)* For Him Shampoo Color Bottle dan tidak dapat ditampilkan di website brand karena perusahaan memiliki standar operasional dalam mengelola websitenya. Sementara itu, untuk *marketing collateral* poster akan dipublikasikan melalui media sosial For Him yaitu postingan Instagram dengan caption yang menarik. Dan untuk *flyer*, akan dibagikan kepada setiap tim For Him yang sedang mengikuti pameran, *event* maupun seminar (*workshop*).