

BAB III

METODE PELAKSAAAN TA

III.1. Rancangan Iklan (Brief)

A. Deskripsi Iklan

Iklan Yamaha filano dan fazzio mengusung tema classy, minimalis, dan colorful yang dimana talent filano dan fazzio berakting dengan karakter masing masing motor. Filano dengan gaya desain luxury nya cocok dan didukung dengan talent yang karakternya stylish dan elegan juga berpenampilan smart casual sedangkan fazzio dengan desain yang colorful cocok dengan talent berkarakter sporty dan berpenampilan casual. Di dalam iklan kami dengan judul “Classykin Gayamu” nantinya bercerita tentang pemilihan motor bisa menunjang gaya berpenampilan, seperti yamaha filano yang secara tampilan luxury cocok orang yang berpenampilan smart casual dan Yamaha Fazzio dengan tampilan colorfull cocok dengan orang berpenampilan casual. Fitur yang ada pada fazzio dan filano merupakan teknologi terkini.

Blue Core Hybrid

Mesin Blue Core 125cc generasi terbaru yang memberikan pengalaman berkendara lebih bertenaga, ramah lingkungan dan handal. Dilengkapi dengan Electric Power Assist Start yang membuat akselerasi awal lebih bertenaga dan halus khususnya di tanjakan dan saat berboncengan.

Smart Key System

Sistem kunci canggih tanpa anak kunci (keyless), dilengkapi fitur Answer Back System, memudahkan pengendara mencari posisi parkir motor. Electric Power Socket Semakin praktis untuk mengisi daya gadget pengendara sehingga connection always on.

Hazard Lamp

Untuk memberi tanda dalam situasi darurat (sesuai UU no 22 tahun 2009 peraturan berlalu lintas pasal 121 ayat 1).

Yamaha Motorcycle Connect

Connection always on dengan teknologi Communication Control Unit (CCU), menghubungkan sepeda motor dengan smartphone melalui

aplikasi Y-Connect. *Hanya tersedia pada Fazzio LUX Version. Full Digital Speedometer Full digital speedometer dengan desain modern yang informatif.

Pada iklan Yamaha Filano Dan Fazzio di visualkan dengan beberapa talent dengan karakter berbeda beda sesuai dengan motornya masing - masing. untuk membangun stigma motor dapat menunjang penampilan. pada iklan Yamaha Filano dan Fazzio akan menampilkan fitur-fitur yang ada pada masing-masing motor dan kenyamanan saat berkendara yang dibungkus dengan fun, sehingga penonton mempunyai stigma bahwa Yamaha Filano dan Fazzio nyaman untuk dikendarai saat santai.

B. Tujuan iklan

Dalam iklan ini, kami ingin meningkatkan brand awareness Yamaha series Classy. Agar produk-produk terbaru dari Yamaha ini semakin dikenal banyak oleh audiens terutama pada anak-anak muda, adapun tujuan lain dari iklan ini adalah :

- a. Mendorong daya beli audiens terhadap produk Yamaha series Classy para audiens agar memiliki daya beli
- b. Mendukung Yamaha untuk memasarkan produk mereka di series Classy terutama di Sentral Yamaha Malang dengan menunjukkan fitur utama dan terbaru di Classy series Yamaha.

C. Segmentasi

- a. Geografis :

Segmentasi geografis merupakan proses untuk mengidentifikasi target pasar berdasarkan geografisnya. Secara geografis, Sentral Yamaha Malang menargetkan pasarnya di Malang raya khususnya di Kota Malang. Penjualan utama dari Sentral Yamaha Malang adalah untuk Kota Malang yang menjadi target utama.

b. Demografis :

Segmentasi Demografi merupakan laki/perempuan muda - dewasa yang berusia 19 - 35 tahun. Yamaha biasanya mengarahkan kampanye iklan mereka kepada pemuda dan pemudi yang aktif, energik, dan dinamis. Mereka juga memperhatikan target pasar yang memiliki minat dalam gaya hidup perkotaan dan mobilitas yang praktis. Yamaha ingin menarik perhatian mereka yang mencari kendaraan yang stylish dan nyaman untuk digunakan sehari-hari.

c. Behavioristik :

Segmentasi behavioristik pada target audiens menargetkan pada audiens yang mengutamakan penampilan dan style terkini. Malang merupakan kota yang pelajar yang dimana kebanyakan anak muda. Kebanyakan anak muda memiliki style yang bermacam fashion dan paham akan style terkini.

d. Psikografi :

Psikografis adalah identifikasi pasar menurut perilaku manusia. Iklan komersial Yamaha ini dibuat untuk ditujukan kepada gaya classy. Sesuai dengan tampilan Fazzio yang menyasar anak muda yang aktif dan Filano menyasar dewasa muda yang sedang meniti karir.

D. Profil Target Audience

Kayla adalah wanita berusia 23 tahun yang berprofesi sebagai salah satu karyawan di perusahaan yang berjalan di bidang *creative*. Kayla adalah seorang yang cheerful dan bebas yang cocok dengan pekerjaannya di bidang *creative*. Aktivitas yang sering dilakukan oleh Kayla adalah bepergian sekitaran kota Malang dan sering nongkrong bersama teman-temannya. Sepulangnya kerja, Kayla sering pergi ke coffee shop untuk nongkrong bersama teman-temannya dan terkadang sehabis nongkrong, Kayla bersama temannya mengitari kota sambil menikmati indahnya Kota Malang.

Bryen adalah pria berusia 23 tahun yang hobi berolahraga. Bryen merupakan pria yang sporty, energik dan friendly. Aktivitas Bryen selain berolahraga adalah nongkrong. Dengan sifat Bryen yang friendly, Bryen mempunyai banyak teman

dan tak heran dia sering hangout bersama temannya. Bryen bersama teman-teman nya sering berkeliling dengan sepeda motor sekitaran kota dan nongkrong di coffee shop.

E. Pesan Kunci (Key Message)*

“ Classykin gayamu dengan Fazzio dan Filano”

F. Pemilihan Media*

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus

Reel Instagram adalah salah satu fitur instagram yang paling sering digunakan oleh para pembuat konten untuk mempromosikan barang atau jasa. Reels adalah pesaing langsung TikTok dan menargetkan jenis konten yang sama – video berdurasi pendek. Statistik terbaru menunjukkan bahwa meskipun influencer baru TikTok memperoleh keterlibatan sekitar 18% lebih banyak dibandingkan influencer di platform lain, Reels mengungguli konten Instagram lainnya sebesar 22% dalam hal tingkat keterlibatan. Beberapa pembuat konten meningkatkan jumlah pemirsanya sebesar 60 ribu dalam enam bulan dengan beralih ke strategi khusus Reel.

Reel Instagram adalah satu-satunya fitur yang dapat bertumbuh dengan cepat di Instagram. Dengan memposting di reels. kami dapat mudah menjangkau orang-orang dan menaikkan tingkat persentase brand awareness pada Yamaha Series Classy. Dengan itu, kami memilih instagram di fitur reels pada akun instagram Sentral Yamaha Malang untuk menayangkan iklan yang kami produksi nantinya.

G. Tone Iklan:

Cheerfull dan colorful, Pada Yamaha series Classy ini mengusung motor dengan tema classy. Kami akan memproduksi iklan dengan mengenalkan Yamaha series classy yaitu Fazzio dan Filano. Meskipun keduanya adalah series classy namun berbeda dalam segi desain, Fazzio terlihat lebih retro dan fun sedangkan Filano lebih terlihat elegan, luxury.

H. Mandatori

Klien menginginkan konsep video yang bertema classy yang dapat meningkatkan brand awareness

III.2. Rancangan Produksi

Pada rancangan produksi ini terdapat beberapa tahap yang perlu disiapkan. Tahapan tersebut seperti perencanaan iklan, konsep iklan, produksi dan distribusi iklan. Perencanaan termasuk penentuan tujuan, target dan penyusunan pesan yang baik. Konsep iklan merupakan bagaimana pembuatan ide dan pengemasan pesan yang terkandung dalam iklan Produksi yaitu tahapan fix yang telah direncanakan oleh kelompok, termasuk shooting maupun pengambilan gambar untuk iklan dan rekaman suara. Pada tahap distribusi iklan, iklan disebarakan melalui Instagram dan juga pada saat exhibition Yamaha Maxi x Classy.

III.2.1. Timeline Produksi

Tabel 1. Jadwal Produksi

No	Tanggal	Waktu	Lokasi	Dekskripsi
1	22/01/2024	09.00	Sport Center UMM	Call Crew
		09.30		On Location
		09.45		Set Location
		10.00		Scene 1-3
		12.00		Break
		15.00	Villa batu	On location
		15.15		Set Location
		15.30		Scene 4
2	23/01/2024	08.00	Villa batu	Call Crew
		08.15		On Location
		08.30		Scene 5
		10.00	Jalanan	On Location
		10.30		Scene 6
		11.30	Laff Coffee	On location
		14.30 - 16.00	Jalanan	Scene 7

III.2.2. Biaya Produksi

Tabel 2. Manajerial

No	Jenis Pengeluaran	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Nilai Total
1	Aqua kardus	buah	1	Rp 20.000	Rp 20.000
2	Snack Crew & Talent	buah	7	Rp 5.000	Rp 35.000
3	Laff Coffee	buah	11	Rp 18000-78000	Rp 273.000
4	Sewa Villa	unit	1	Rp 35.000	Rp 35.000
5	Makanan Crew & Talent	buah	6	Rp 15.000	Rp 90.000

Tabel 3. DOP

No	Jenis Pengeluaran	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Nilai Total
1	Sony A6400	buah	1	Pribadi	
2	Ronin 3 Mini	buah	1	Pribadi	
3	Filter CPL	buah	1	Pribadi	
4	Samyang 8 mmf/ 3.5 Fish Eye	1	24 Jam	Rp 50.000	Rp 50.000
5	Adaptor Lensa Canon to Sony	1	24 Jam	Rp 30.000	Rp 30.000
6	Tripod Video	2	24 Jam	Rp 15.000	Rp 30.000
7	Clapper Board M	3	24 Jam	Rp 5.000	Rp 15.000
8	Stand Light Besar	1	24 jam	Rp 50.000	Rp 50.000
9	LED Godox FL 150s + Softbox	1	24 jam	Rp 150.000	Rp150.000
10	Reflektor 3in1 sedang 80 cm 5in1	1	24 jam	Rp 20.000	Rp 20.000
TOTAL					Rp345.000

Talent dan Figuran

Tabel 4. Talent dan Figuran

No	Jenis Pengeluaran	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Nilai Total
1	Talent Utama	Orang	2	Rp 200.000	Rp400.000
2	Figuran	Orang	2	Rp 50.000	Rp150.000
TOTAL					Rp550.000

Total Keseluruhan

Tabel 5. Jumlah Total

No	Deskripsi	Unit	Jumlah	Jumlah Total
1	Managerial	Buah	5	Rp 768.000
2	DOP	Buah	10	Rp 345.000
3	Talent-Figuran	Orang	2	Rp 550.000
TOTAL				Rp1.663.000

