

BAB III

PERANCANGAN KARYA

1.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Lihat kembali di BAB I). Pada penelitian ini responden yang dibutuhkan datanya yaitu *driver* Go-Jek, penulis hanya mengambil sampel minimal yakni 5 orang dan bisa lebih sesuai keperluan penulis bila hasil penelitian telah memuaskan atau sesuai kepuasan penulis bila informasi yang diperlukan telah didapatkan. Pada penelitian ini penulis mengambil data dari *driver Go-Jek* yang telah bekerja atau menjadi *driver Go-Jek* minimal 1 tahun sampai lebih. Karena dalam kurun waktu 1 tahun merupakan waktu yang cukup lama dan pastinya telah memiliki cukup banyak pengalaman menarik selama *driver* Go-Jek melayani pelanggan.

Dalam pengumpulan data untuk mendapatkan informasi sendiri penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi Lapangan

Pada pengumpulan data dengan cara observasi ini penulis terjun langsung ke jalanan untuk mencari tempat yang menjadi salah satu target yang dituju para *driver* Go-Jek untuk mendapatkan pelanggan. Penulis melakukan observasi lapangan pada hari minggu tanggal empat maret tahun 2018 untuk mengetahui tempat berkumpulnya para *driver* Go-Jek dan melihat apa saja yang dilakukan para *driver*. Seperti yang telah dijelaskan

pada teori diatas, penulis akhirnya mendapatkan beberapa titik dengan mengamati perilaku para *driver* untuk mendapatkan informasi. Sehingga salah satu tempat yang menjadi tujuan penulis untuk mencari responden untuk diwawancarai yaitu di jalan Tikukur yang merupakan tempat berkumpulnya para *driver* untuk beristirahat, beberapa rumah makan yang banyak didatangi oleh para *driver* dan juga di taman Genesha yang merupakan salah satu target terbesar *driver* di Bandung untuk mendapatkan penumpang. Tujuan melakukan observasi lapangan ini adalah untuk mengetahui apakah lokasi tersebut tepat dan dapat melakukan penelitian di tempat tersebut.

b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan tidak secara formal namun lebih kepada pembicaraan yang santai yakni untuk membuat responden dapat lebih terbuka dalam menjawab setiap pertanyaan. Tujuan dari wawancara ini sendiri untuk mendapatkan informasi yang ingin diketahui dari para responden. Pertanyaan yang ditanyakan kepada responden juga hanya meliputi pengalaman-pengalaman dari para *driver* dalam melakukan pelayanannya, pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan seperti:

- 1) Nama responden
- 2) Umur responden
- 3) Berapa lama respon telah menjadi *driver* Go-Jek
- 4) Pengalaman responden di jasa-jasa pelayanan Go-Jek yang dikerjakan.

Selebihnya pertanyaan-pertanyaan tersebut ditanyakan lebih mendalam kepada responden tersebut. Jumlah responden yang didapatkan yaitu tujuh orang, yang mana tujuh orang ini telah memberikan banyak informasi yang dibutuhkan bahkan memiliki informasi yang sama.

1.2 Konsep Karya

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa sebuah fotografi iklan memerlukan beberapa hal yang perlu diperhatikan yang juga digunakan oleh penulis dalam pembuatan karya, yaitu:

1. Menunjukkan produk tersebut
2. Memberikan informasi yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh produk (kelebihan produk)
3. Mengangkat permasalahan yang ada di tengah masyarakat (produk tersebut menjadi solusinya)
4. Bersifat mengajak (memberikan sugesti kepada pemirsa)
5. Dapat memberikan atmosfer yang menyenangkan agar pemirsa tertarik dengan produk

Beberapa hal tersebut yang digunakan oleh penulis di dalam pembuatan karya foto komersial Go-Jek. Dimana penulis memvisualisasikan pelayanan Go-Jek yang memiliki nilai totalitas sebagai informasinya. Dengan unsur komedi yang terkesan berlebihan namun berdasarkan kenyataan mengangkat kenyataan yang ada dan dialami oleh para *driver* Go-Jek. Menurut penulis hal itu akan menarik

perhatian masyarakat. Karena membangun atmosfer pada suatu iklan sangat diperlukan agar yang melihatnya juga merasakannya.

Selain itu penulis juga memberikan elemen teks sebagai pendukung gambar untuk mengajak *audience* agar lebih mempercayai jasa Go-Jek dengan kalimat yang sedikit puitis dan menarik. Kalimat teks tersebut juga menjadi *motto* yang dapat membuat pemirsa mengingat iklan tersebut karena visual dan elemen teks yang menarik dan lucu.

Pengambilan gambar juga diambil di luar ruangan, yakni untuk memvisualkan seperti kejadian yang sebenarnya atau yang dialami oleh para *driver*. Dimana pemirsa akan terbawa pengalaman pribadinya yang terjadi dalam kesehariannya.

1.2.1 Hasil Penelitian

Hasil dari wawancara penulis dengan beberapa *driver* di beberapa titik membuat penulis mendapatkan informasi mengenai pengalaman-pengalaman para *driver* saat melayani para *customer*. Pengalaman-pengalaman para *driver* ini yang penulis visualisasikan. Antara lain hasil dari penelitiannya yaitu:

1. Panas-panasan

Para *driver* menyatakan bahwa berpanas-panasan salah satu pengalaman mereka yang sering dialami di setiap pelayanan yang menggunakan roda dua. Mereka harus berkorban panas-panasan untuk melaksanakan tugas mereka.

2. Muatan Berat

Muatan yang berat merupakan salah satu pengalaman yang sering dialami oleh para *driver* khususnya pada layanan Go-Ride, Go-Send, Go-Mart dan Go-Shop. Seperti membawa barang yang besar atau berat, belanjaan yang banyak sampai dengan *customer* yang memiliki berat badan yang berat.

3. Mengantre

Mengantre merupakan pengalaman yang sering dialami *driver* Go-Jek khususnya dalam pelayanan Go-Food, Go-Mart dan Go-Shop. Para *driver* menyatakan bahwa mengantre merupakan hal yang sudah biasa namun juga masalah yang kurang dimengerti oleh *customer*.

4. Tanggung Jawab

Para *driver* menyatakan bahwa di setiap pelayanan memiliki tanggung jawab. Baik itu tanggung jawab menjaga keselamatan *customer* juga tanggung jawab dalam menjaga barang yang dibawa atau makanan yang dibawa agar tetap dalam kondisi yang baik meskipun melewati banyak sekali hambatan.

5. Melawan Rasa Takut

Beberapa *driver* juga menyatakan bahwa melawan rasa takut merupakan salah satu pengalaman mereka selama menjadi *driver*. Seperti menjemput dan mengantar orang di jalanan yang sepi. Meskipun mereka takut namun hal tersebut harus tetap dijalani.

6. Bekerja sampai subuh

Beberapa *driver* juga menyatakan bahwa mereka harus mencapai target point dalam sehari. Pada akhirnya bekerja sampai subuh atau larut malam juga merupakan pengalaman mereka yang sering dialami. Seperti membeli dan mengantar pada larut malam.

7. Hujan-Hujan

Hujan-hujan merupakan salah satu pengalaman para *driver* yang sering dialami yaitu mereka selalu rela hujan-hujan saat melayani pesanan

8. Belanjaan Banyak

Pada jasa Go-Shop dan Go-Mart para *driver* sering membawa banyak bawaan atau berbelanja barang yang sangat banyak yang menjadi salah satu pengalaman bagi para *driver*.

Seluruh *driver* yang telah penulis wawancarai rata-rata mengalami hal yang sama karena para *driver* juga mengambil semua pelayananan selama mereka punya kesempatan untuk melakukannya dan juga merupakan pelayanan roda dua. Sehingga pengalaman yang dialami juga hampir semua dialami oleh para *driver*.

1.2.2 Konsep Karya Visual

Pada karya visual yang dibuat, penulis membagi pembuatan karyanya disetiap pelayanan. Untuk Go-Ride penulis menggunakan empat gambar karena merupakan jasa yang paling sering digunakan dan menggunakan logo Go-Jek, untuk Go-Send menggunakan empat gambar dengan logo Go-Send, untuk Go-Food menggunakan dua gambar dengan logo Go-Food, dan untuk Go-Shop dan juga Go-Mart masing-masing menggunakan satu gambar dengan menggunakan logonya masing-masing.



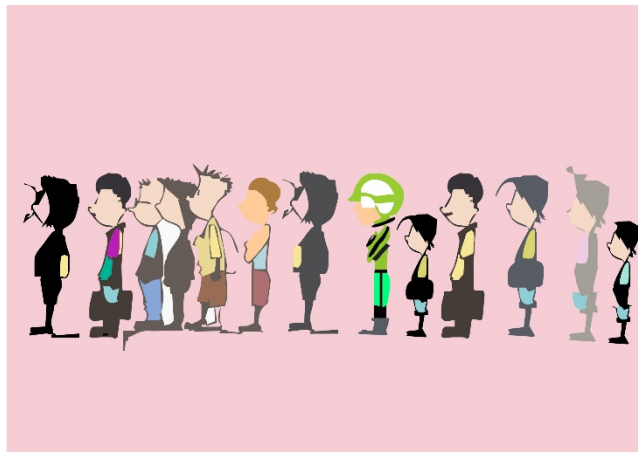
Gambar 3.1 *Ilustrasi Go-Ride – Kehujanan*



Gambar 3.2 *Ilustrasi Go-Ride – Muatan Berat*



Gambar 3.3 *Ilustrasi Go-Send – Muatan Berat*



Gambar 3.4 *Ilustrasi Go-Food – Mengantre*

1.3 Referensi Karya



Gambar 3.5 Print advertisement created by JWT, Australia for Mylanta, within the category:

Pharmaceutical



Gambar 3.6 Print advertisement created by JWT, Australia for Mylanta, within the category:

Pharmaceutical



Gambar 3.7 Print advertisement created by JWT, Australia for Mylanta, within the category: *Pharmaceutical.*

Pada iklan Mylanta diatas merupakan iklan yang mengangkat permasalahan masyarakat tentang gangguan pencernaan. Dengan memberikan unsur sedikit komedi, iklan ini menarik perhatian masyarakat karena memberikan tampilan yang menyenangkan. Meskipun terlihat lucu, tapi sebenarnya iklan ini memberikan informasi tentang permasalahan sehari-hari yang terjadi pada masyarakat ketika mengalami gangguan pencernaan.

Dengan bentuk bentuk foto essay dimana ketiga foto tersebut memvisualkan tempat yang berbeda-beda dan suasana yang berbedan namun memperlihatkan permasalahan yang sama yaitu “buang angin”. Dalam tiga gambar tersebut orang yang membuang angin mengganggu yang lain dengan efek angin yang berlebihan membuat terlihat lucu namun merupakan permasalahan yang ada di dunia nyata. Dengan begitu *creative director* yakni John Lam ingin menyampaikan bahwa

produk Mylanta dapat mengatasi hal tersebut, namun dengan bentuk komedi agar dapat menarik perhatian pemirsa.



Gambar 3.8 *Print advertisement created by JWT, Australia for Mylanta, within the category: Pharmaceutical.*

Dalam foto iklan Mylanta juga diperlihatkan produk tersebut sebagai gambaran produk yang baik digunakan untuk mengatasi hal tersebut. Dengan mencantumkan elemen teks menarik yaitu “*Relieves indigestion and wind fast*” atau yang berarti “Mengatasi gangguan pencernaan dan angin kencang” membuat pemirsa akan mengingat iklan ini karena terdapat teks yang lucu dan menarik sama seperti visualnya.

Sehingga dengan mengikuti cara visualisasi dari iklan Mylanta, penulis membuat iklan dengan cara yang sama yaitu menyampaikan informasi dari produk tersebut yaitu Go-jek dengan cara yang menarik yaitu dengan sedikit komedi.

1.4 Alat dan *Editing*

3.4.1 Alat

Alat yang digunakan yaitu:

- Kamera 60D

Kamera ini sudah cukup untuk mendapatkan kualitas HD dan cukup untuk percetakan gambar poster atau board.

- Tripod

Tripod berguna saat pengambilan gambar dengan *speed* yang lambat. Seperti dalam konsep ada suasana gelap pada konsep itu sedikit dibutuhkan.

- Flash Eksternal

Flash disini sudah cukup memberikan cahaya lebih untuk mendapatkan gambar yang lebih baik.

- Triger

Triger dibutuhkan untuk dapat menghubungkan kamera dengan lensa saat pemotretan dilakukan.

- Soft Box

Softbox digunakan agar memberikan cahaya yang soft kepada model.

- Reflector

Seperti pada konsep akan ada beberapa yang dilakukan diluar ruangan dan penulis membutuhkan reflektor untuk dapat memberikan tambahan cahaya atau memberikan sentuhan cahaya kepada objek.

3.4.2 *Editing*

Editing yang digunakan yaitu menggunakan Photoshop dan Lightroom. Penulis memberikan tampilan yang sedikit berlebihan di beberapa gambar karena membutuhkan elemen-elemen yang diperlukan untuk ditempelkan kedalam gambar untuk dapat sesuai konsep penulis dalam karya visual.