

LAMPIRAN – LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Interview guide pada penelitian ini adalah panduan pertanyaan untuk informan dalam wawancara mendalam. Pertanyaan yang akan diajukan berdasarkan pertanyaan terkait hal yang akan dibahas dalam penelitian. Tujuan dari dibuatnya *interview guide* adalah untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi penelitian. Berikut adalah pertanyaan yang akan diajukan , yaitu :

A. Novi selaku *Marketing Arfa Barbetshop*

Tanggal wawancara : Senin, 4 Juni 2018

Tempat wawancara : Kantor pusat PT. Arfa Sukses Mulia

1. Mengapa Truly Manly dipilih sebagai citra merek yang ditawarkan kepada konsumen?

Jawaban :

Karena kita berbisnis dengan pria, kita mencoba memberi pemahaman bahwa menjadi *manly* tidak hanya soal jenis kelamin saja, tetapi *truly manly* disini adalah pria yang memiliki peran sebagai pekerja keras, sayang dengan keluarga, dan kita coba komunikasikan melalui postingan-postingan baik di Instagram atau media sosial lain termasuk melalui *web series*.

2. Bagaimana keunikan Arfa *Barbershop* dibandingkan dengan jasa potong rambut lainnya ?

Jawaban :

Kami ingin setiap laki-laki yang bercukur di Arfa ketika keluar dari gerai kami, kemudian akan merasa menjadi *Truly Manly*. Kita tidak hanya memberikan cukuran rambut ke mereka, tapi dengan *design interior* nya, dengan warna yang hitam, hijau, putih. Hijau tuh sisi yang maskulinnya, hitam dan putih sisi *elegant* nya. Semua sudah terkonsep untuk menunjukkan konsep *Truly Manly*.

3. Apa alasan membuat *web series Truly Manly* ?

Jawaban :

Kita memang bikin film (*web series*) itu sengaja untuk menunjukkan siapa sih Arfa itu, kenapa sih kamu harus ke Arfa?. Bahkan di film (*web series*) itu ga ada kan logonya Arfa (*product placement*). Karena kita mau mengedepankan *truly manly*nya bukan tentang arfanya. Tapi gimana kita menunjukkan dengan membantuk cowo itu menjadi *truly manly* gitu. Ini tuh film bukan tentang arfa tapi tentang *truly manly*.

4. Mengapa memilih media *web series* di *Youtube* untuk membangun *brand image truly manly*?

Jawaban :

Karena sekarang ini orang lebih banyak nonton Youtube dari pada nonton TV, TV ga akan tersedia dimana anda ee... kuliah, lagi di jalan, nunggu seseorang, tapi kan dia ga ada, tapi HP kan selalu ada, selalu kita pegang, jaringan di Youtube itu lebih cepet, kalo TV kan ditonton oleh orang-orang yang sengaja nonton TV, tapi kalo Youtube kan bisa ditonton sama orang-

orang yang lagi *selo*, dimana aja dan kapan aja, dan bisa diulang-ulang, fleksibel gitu.

5. Bagaimana dampak dari diluncurkannya *web series truly manly* terhadap *Arfa barbershop*?

Jawaban :

Ketika film (*web series*) ini di *launching* tidak di desain serta merta untuk meningkatkan omzet, baik mitra, baik apapun, tapi dia akan membangun *image brand truly manlynya* dan itu ibaratnya kita sedang mendoktrin, misalnya orangtua, lebih baik mencukur anakmu disini, nantikan hasil itu akan dirasakan jauh setelah film ini muncul, jadi jangka panjang efeknya.

B. Andika Dwijatmiko selaku CEO Syafa'at Marcomm

Tanggal wawancara : Jum'at, 20 Juli 2018

Tempat wawancara : Kantor pusat Syafa'at Marcomm

1. Apa yang dimaksud dengan *Truly Manly* ?

Jawaban :

Yang namanya tukang cukur rambut ya identik dengan gunting, ada sisir, nah objek-objek visual seperti itu dianggap biasa, maka duplikasi *barbershop* pria ini semakin marak dan fasilitas yang juga bisa dibikin sama, maka akhirnya mesti mikirin nih gimana caranya biar tidak mudah diduplikasi. Salah satunya mengganti *brandnya*. Dimulai dari desain logo contohnya, disitu tidak ada sisir maupun gunting, kita berbicara yang berbeda. Karena itu khusus laki-laki, untuk membahaskan *tagline* nya kan mesti khas ya, ketika orang baca itu langsung ngeh *oh ini laki banget*.

Lelaki sejati itu bukan yang masuk tempat cukur lalu pulang ganteng, itu biasa. Itu harus digaris bawah, itu biasa. Semua orang yang tadinya bulukan, masuk tempat cukur, ada pijat, ada keramas, pasti rapihlah keluar, pasti gantenglah. Tapi kalo masuk ke tukang cukur, pulang jadi lelaki sejati, itu ga gampang. Nah disitulah kita buat *truly manly* yang ga sekedar laki- laki biasa

2. Mengapa menggunakan *web series* sebagai media membangun *brand image*?

Jawaban :

Sekarang orang- orang sukanya lihat media sosial, mana ada yang lihat TV, dikasih iklan sedikit aja di ganti, ya kan?. Mangkanya kita mencoba

mencari cara agar pesan *truly manly* ini dapat diterima masyarakat sekarang, khususnya target audiens kita ya.

3. Siapa segmentasi yang menjadi target audiens? Mengapa?

Jawaban :

Ya semua laki-laki lah yang cukur rambut di Arfa. Ya karena Kami ingin target audiens setelah menonton web series ini tidak hanya terhibur tetapi terbangun dalam benak mereka seperti apa sih lelaki sejati itu, nah lelaki sejati menurut Arfa ya seperti yang ada di web series, setiap laki-laki yang cukur di Arfa jadi bisa merasakan menjadi lelaki sejati versi arfa barbershop.

4. Bagaimana proses kreatif dalam proses pembuatan *web series truly manly* ?

Jawaban :

Awal dalam proses kreatif pembuatan web series ini tentu saja melibatkan penulis naskah yang dengan sangat baik menterjemahkan visual posting yang telah dibuat sebelumnya kedalam sebuah naskah film. Rombak sana sini sampai akhirnya dirasa naskah sudah pas. Setelah naskah selesai, ya kita shooting, kamu udah ketemu si Agung? Abis itu ya editing terus launching, untuk proses pembuatan sih yang lebih tau si Agungnya itu, kita kalo proses pembuatan web seriesnya hanya memantau, tapi tetep jalan dan pokok cerita harus pas sama *truly manly*nya.

5. Bagaimana target jumlah penonton yang ingin dicapai?

Jawaban :

Kalo target ga ada sih, kan itu dibikin untuk *long life*, jadi ga ada.. ya selama *taglinenya* masih *truly manly*, dan *awareness* nya Arfa masih sekian persen, kan 80 persen, belum 100 persen cowo yang e... tau tentang Arfa *Barbershop*. Walaupun sekarang sudah banyak, di Jogja aja kalo ditanya, cukurnya dimana, ya di Arfa.

6. Bagaimana membangun keterlibatan atau respon audiens terhadap *web series Truly Manly*?

Jawaban :

Kita mengadakan launching di teras dakwah ya, teras dakwah itu komunitas, disana banyak target audiens Arfa, semuanya kalo cukur di Arfa. Teras dakwah itu tempatnya orang ngaji bareng, ngumpul membahas soal agama dan kajian. Ya karena *web series* ini ngasih *value* ngomongin keshalehan ga cuman soal iklan yang membosankan, mangkanya kita pilih untuk *launching* disana.

7. Bagaimana strategi yang digunakan agar target audiens dapat tertarik untuk menonton *web series truly manly*?

Jawaban :

Open casting ini juga bagian dari *woro-woro web series Truly Manly* ya. Karena untuk bisa mendapat perhatian target audiens bahkan sebelum *web series* dibuat. Kita sebarin tuh di media sosial, di akun Instagram, Twitter, juga Facebook Arfa. Ternyata tanggapannya juga lumayan ya

C. Wahyu Agung Prasetyo selaku Sutradara dari PH Ravacana Films

Tanggal wawancara : Minggu, 27 Mei 2018

Tempat wawancara : Kantor pusat PH Ravacana Films

1. Bagaimana *treatment* sutradara dalam membangun karakter tokoh sesuai dengan citra merek yang akan dibangun?

Jawaban :

Karena tau pondasinya dari *visual posting*, bahkan idenya itukan dari situ, gimana karakter laki-laki dalam naskah itu dibuat, kan pondasi awalnya dari situ. karena yang nulis mas bacep , makanya aku ngasih *insightnya* gini aja gitu, sesuai visual postinya itu. Jadi ketika shooting aku udah tau, ini harus gimana, yang ini harus gimana. Jadi kalo *treatment* sutradara aku jadi ga begitu berat karena tau pondasi awalnya. Karena kita juga ngelakuin proses *reading* dan *blocking* sebelum *shooting* jadi lebih mudah lagi ngebangun karakternya.

2. Bagaimana membangun daya tarik pada setiap episode *web series truly manly*?

Jawaban :

Mas bacep kan berpengalaman, jadi emang perepisode itu kita nunjukin si *truly manlynya* pelan-pelan sampe gong akhirnya tuh *bajigur* dari satu sampe empat tuh ternyata bahkan perjuangan si bapak ini tuh *long last time*, dari awal sampe akhir tuh segitunya tuh loh. Nah kalo dari per episodenya tuh ya satu-satu lah. Oh yang *truly manly* yang pertama itu ditunjukin oleh anaknya, yang kedua bapaknya, *truly manly* ketiga akhirnya bapak sama anak, *truly manly* keempat dan terakhir keluarga gitu kan. jadi menariknya itu, kita paham betul saat

membuat *script* kita berhentinya disini disini, jadi pas gitu, diakhir setiap episode kebangun rasa penasarannya.

3. Bagaimana faktor kendala saat melakukan proses pembuatan *web series*?

Jawaban :

Akhirnya *shooting*lah kita, *shooting* itu pak Arief sempat terkejut melihat prosesnya, mungkin tidak seperti bayangan dia, maksudnya tuh mungkin awalnya dia piker *shooting*nya bakal *shooting* kecil-kecilan. Cuman kan kita bikinnya *shooting*nya rapih gitu kan, *proper*-lah... dia *support* banget, dia seneng banget, akhirnya prosesnya *shooting*nya tuh dia datang bawain makanannya, apalah, ngeliat kita yang kerja. Ya secara proses ya, seru banget sih, ee... kami temen-temen Ravacana tuh ngerasa kita energinya *combine* jadi satulah, antara Arfa sama kami-kami inilah. Anak- anak Ravacana sama Arfa tuh ya kerjanya jadi kerja *collective* ya. Engga yang bayar terus lepas kita kan, Mereka ikut ngontrol, mereka ikut *shooting*. Nah itu yang seru disitu. Kalo kendala secara teknis sih dari aku sebagai sutradara ga ada, tapi gatau tuh kalo elen.

4. Mengapa *web series truly manly* hanya dibuat lima episode?.

Jawaban :

Tadinya ada delapan episode, cuman karena keterbatasan budget ya kita singkat-singkatlah jadi lima. Tapi itu sengaja kita buat kayak gantung ya supaya kalo responnya baik kita bisa buat lanjutanya. Mungkin ,loh ya.