

BAB III

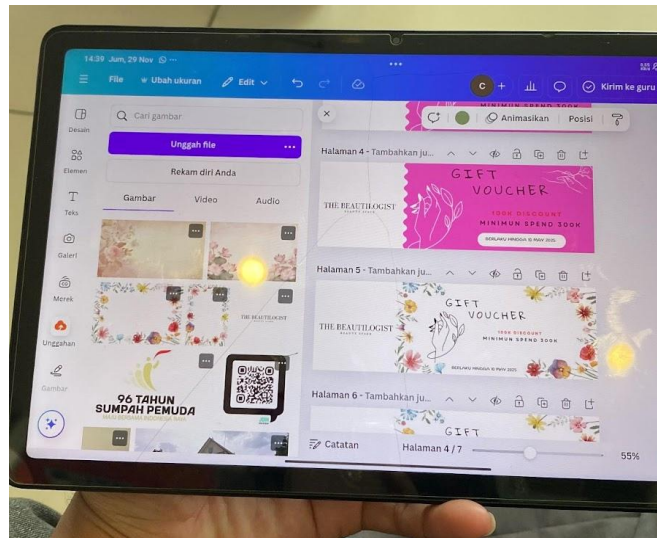
PELAKSANAAN RANGKAIAN KEGIATAN *SOCIAL MEDIA CONTENT ACTIVATION* DAN *EVENT MANAGEMENT* THE BEAUTILOGIST Sebagai *Creative Design, Photography, Videography, dan Editing.*

Pada bab ini akan membahas tentang pelaksanaan rangkaian kegiatan karya bidang yang telah dirancang sebelumnya untuk meningkatkan *brand awarnerss* salon kecantikan The Beautilogist. Fokus utama dari pembahasan ini adalah peran penulis sebagai *Creative Design, Director Fotografi, Videographer* dan *editing*. Dalam konteks ini, penulis akan menjelaskan secara rinci setiap tahapan yang dilalui dalam proses kreatif, mulai dari perencanaan konsep visual hingga eksekusi dan penyuntingan materi yang dihasilkan.

Pentingnya *brand awareness* dalam industri kecantikan tidak dapat dipandang sebelah mata, mengingat persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, strategi komunikasi visual yang efektif menjadi kunci untuk menarik perhatian target audiens. Dalam bab ini, penulis akan menggunakan berbagai teknik dan pendekatan yang digunakan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan, serta bagaimana konten tersebut dapat berkontribusi pada peningkatan citra dan pengenalan merek The Beautilogist.

3.1 Creative Design

Dalam upaya meningkatkan *brand awareness* salon kecantikan The Beautilogist, penulis bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengembangkan konsep kreatif serta desain visual yang sesuai dengan briefing yang telah disepakati bersama tim. Proses ini dimulai dengan pemahaman mendalam mengenai tujuan salon, serta karakteristik target *audiens* yang ingin dijangkau. Melalui diskusi yang intensif dengan pihak manajemen, penulis dapat menggali informasi yang diperlukan untuk menciptakan konsep yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan nilai-nilai yang diusung oleh The Beautilogist.



Gambar 3. 1. Proses membuat design voucher event The Beautilogist.

Setelah mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai tujuan dan *audiens*, langkah selanjutnya adalah merancang materi pemasaran yang mencakup iklan, brosur, voucher, dan konten digital untuk media sosial. Dalam tahap ini, penulis menggunakan berbagai alat desain grafis untuk menciptakan visual yang menarik dan informatif. Pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya dilakukan dengan cermat agar sesuai dengan *brand* The Beautilogist. Misalnya, jika salon ini memiliki palet warna tertentu yang mencerminkan kesan elegan dan modern, maka semua materi pemasaran harus mencerminkan hal tersebut.

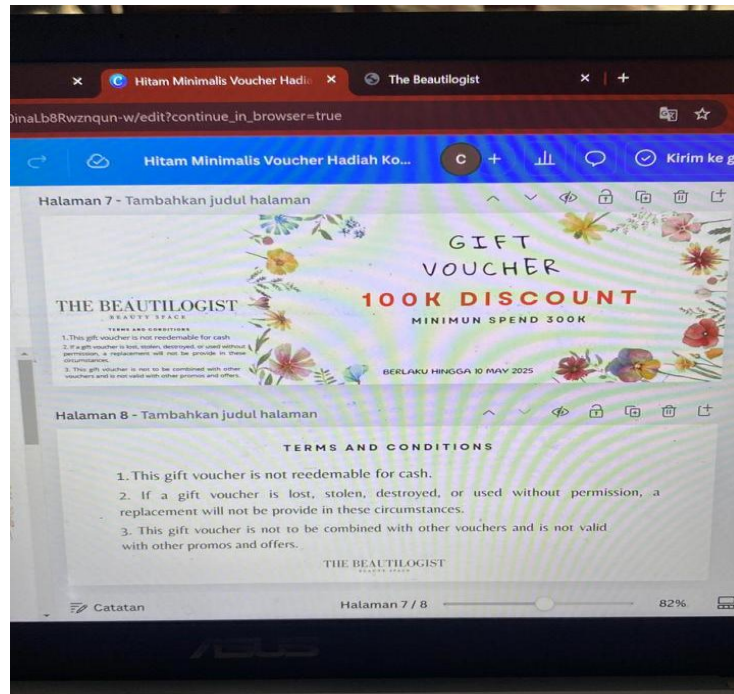


Desain
tetapi juga sel

bagai alat promosi,
karena itu, penulis

Gambar 3. 2. Tampak pemilihan design background yang akan digunakan untuk voucher.

memastikan bahwa setiap elemen desain yang digunakan dapat menarik perhatian *audiens* dan menciptakan kesan positif terhadap salon. Dalam hal ini, penulis melakukan riset tentang tren desain terkini di industri kecantikan untuk memastikan bahwa materi yang dihasilkan tidak ketinggalan zaman dan tetap relevan dengan preferensi *audiens*.



Gambar 3. 3. Proses pembuatan design final voucher disertai dengan informasi syarat dan ketentuan.

Setelah desain awal selesai, penulis melakukan presentasi kepada tim manajemen untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Proses ini sangat penting, karena umpan balik dari tim dapat memberikan perspektif baru yang mungkin belum dipertimbangkan sebelumnya. Penulis kemudian melakukan revisi berdasarkan masukan yang diterima, sehingga hasil akhir benar-benar mencerminkan harapan dan kebutuhan salon.

Selanjutnya, penulis juga bertanggung jawab untuk mendesain konten digital yang akan dipublikasikan di media sosial. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi satu platform utama untuk berinteraksi dengan *audiens*. Oleh karena itu, penulis merancang konten yang tidak hanya menarik secara visual,

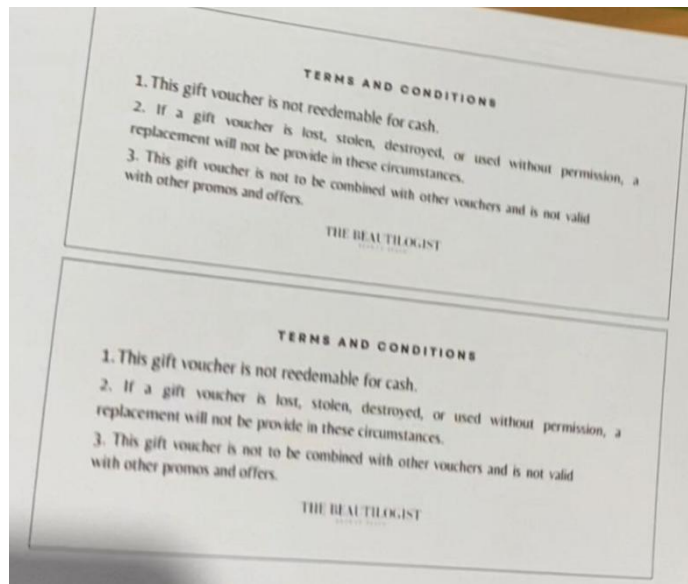
tetapi juga informatif dan muda merancang konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif dan muda dipahami. Konten ini mencakup berbagai format, seperti gambar, video, dan infografis, yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform media sosial.



Gambar 3. 4. Tampak voucher discount yang telah dicetak.

Dalam proses pembuatan konten digital, penulis juga mempertimbangkan aspek interaktivitas. Konten yang dapat mengundang *audiens* untuk berpartisipasi, seperti kuis atau polling, akan lebih efektif dalam meningkatkan *engagement*. Penulisan berusaha untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi *audiens*, sehingga mereka merasa terhubung dengan *brand* The Beautilogist.

Setelah semua materi pemasaran dan konten digital selesai, penulis melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa semua desain visual telah sesuai dengan identitas *brand* yang diajak kerjasama. Evaluasi ini mencakup pemeriksaan konsistensi elemen desain, kesesuaian dengan pesan yang ingin disampaikan, serta daya tarik visual yang dihasilkan. Penulis juga melakukan uji coba dengan *audiens* terbatas untuk mendapatkan *feedback* sebelum materi dipublikasikan secara luas.



Gambar 3. 5. Tampak bagian belakang voucher yang berisi syarat dan ketentuan.

Dalam tahap akhir, penulis berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk merencanakan strategi distribusi materi yang telah dibuat. Penentuan waktu dan platform yang tepat untuk publikasi sangat penting agar materi dapat menjangkau *audiens* secara maksimal. Penulis juga mempersiapkan analisis untuk mengukur efektivitas dari kampanye pemasaran yang telah dilakukan, sehingga dapat dilakukan perbaikan di masa mendatang.

Secara keseluruhan, proses merencanakan akan mengembangkan konsep kreatif serta desain visual untuk The Beautilogist melibatkan berbagai tahapan yang saling terkait. Dari pemahaman mendalam tentang *brand* dan *audiens*, hingga pembuatan dan evaluasi materi pemasaran, setiap langkah memiliki peran penting dalam mencapai tujuan akhir, yaitu meningkatkan *brand awareness* salon kecantikan tersebut. Melalui pendekatan yang sistematis dan kreatif, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan pemasaran The Beautilogist di pasar yang kompetitif.



Gambar 3. 6. Tampak postingan poster tentang pelaksanaan event yang telah diunggah ke akun Instagram The Beautilogist.

Dengan demikian, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menciptakan desain visual yang menarik dan efektif hanya bergantung pada keterampilan teknis, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan *audiens*. Oleh karena itu, penulis berkomitmen untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan tren di industri kecantikan dan pemasaran, agar dapat memberikan hasil yang optimal dalam setiap proyek yang dikerjakan.

3.2 Photography, Videographer & Editing

Dalam rangka meningkatkan *brand awareness* salon kecantikan The Beautilogist, penulis memiliki tanggung jawab penting dalam pengambilan gambar selama *event* berlangsung. Tugas ini tidak hanya melibatkan keterampilan teknis dalam fotografi dan videografi, tetapi juga memerlukan kemampuan untuk

beradaptasi dengan situasi yang dinamis selama acara. Penulis harus siap untuk menangkap momen-momen penting yang dapat merepresentasikan suasana dan aktivitas yang terjadi, sehingga hasil dokumentasi dapat memberikan gambaran yang jelas tentang *event* tersebut.

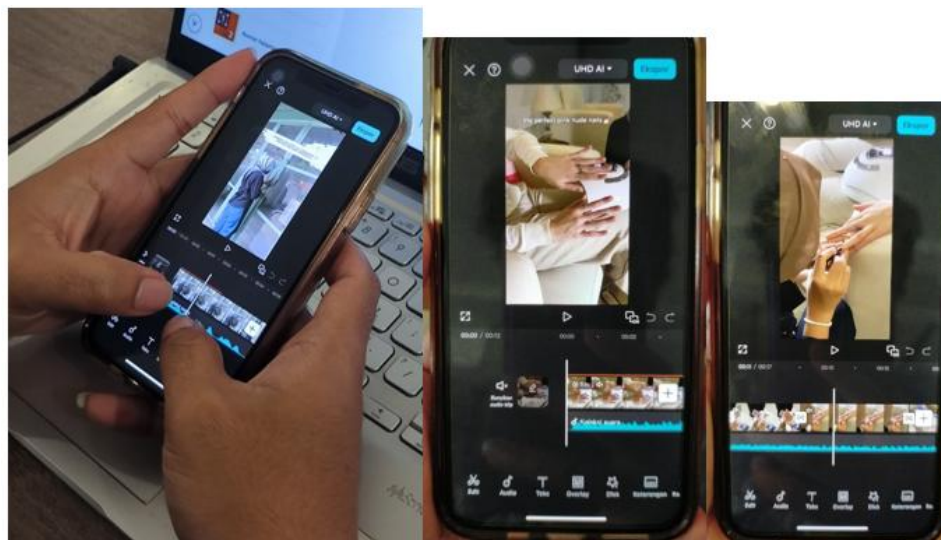


Gambar 3. 7. Tampak Proses pengambilan take video Sharing Session The Beautilogist.

Sebelum acara dimulai, penulis melakukan koordinasi dengan tim untuk menentukan elemen-elemen kunci yang ingin didokumentasikan. Proses ini melibatkan diskusi mengenai agenda acara, momen-momen spesifik yang dianggap penting, serta jenis konten yang diharapkan dapat menarik perhatian *audiens*. Misalnya, jika acara tersebut melibatkan demonstrasi produk baru, penulis akan memastikan untuk menangkap setiap detail dari demonstrasi tersebut, termasuk reaksi peserta dan interaksi antara host dan *audiens*.

Selama acara berlangsung, penulis harus memiliki kemampuan untuk bergerak dengan cepat dan fleksibel. Hal ini penting agar dapat menangkap momen-momen spontan yang mungkin tidak terduga, seperti interaksi antar peserta atau reaksi positif dari *audiens* terhadap produk yang diperkenalkan.

Penulis juga harus memperhatikan pencahayaan dan komposisi gambar agar hasil yang diperoleh memiliki kualitas visual yang baik. Penggunaan teknik pengambilan gambar yang bervariasi, seperti *close-up*, *wide shot*, dan *candid shots*, akan memberikan variasi dalam dokumentasi dan membuat video lebih menarik.



Gambar 3. 8. Tampak proses mengedit konten dari hasil footage yang telah diambil.

Setelah pengambilan gambar selesai, penulis melanjutkan ke tahap *editing*. Proses ini melibatkan pemilihan foto dan video yang paling representatif dari keseluruhan acara. Penulis harus memiliki kemampuan untuk menilai mana yang terbaik untuk dimasukkan ke dalam video dokumentasi, dengan mempertimbangkan aspek estetika dan narasi yang ingin disampaikan. *Editing* bukan hanya sekedar memotong dan menyusun klip, tetapi juga mencakup penambahan elemen-elemen lain seperti *background*, *teks*, dan efek visual yang dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3. 9. Tampak proses mempersiapkan lokasi sebelum pelaksanaan event *The Beautilogist*.

Dalam proses *editing*, penulis menggunakan perangkat lunak *editing* yang sesuai untuk menghasilkan video dokumentasi yang berkualitas tinggi. Penulis harus memiliki pemahaman yang baik tentang teknik editing, termasuk transisi antar klip, dan pengaturan audio. Setiap elemen yang ditambahkan harus selaras dengan identitas *brand* *The Beautilogist*, sehingga video yang dihasilkan tidak hanya menarik, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai dan estetika salon.



Gambar 3. 10. Tampak proses pengambilan dokumentasi foto dalam event *Nail Art The Beautilogist*.

Setelah video dokumentasi selesai, penulis melakukan review bersama tim untuk mendapatkan masukan dan saran berikan. Proses ini sangat penting untuk

memastikan bahwa hasil sesuai dengan harapan dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Penulis harus terbuka terhadap kritik dan saran, karena hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas karya yang dihasilkan. Jika diperlukan, penulis akan melakukan revisi berdasarkan umpan balik yang diterima, sehingga video dokumentasi dapat lebih optimal.

Setelah revisi selesai, penulis mempersiapkan video untuk dipublikasikan. Ini Termasuk menentukan platform yang tepat untuk distribusi, seperti media sosial, website, atau saluran pemasaran lainnya. Penulis juga harus mempertimbangkan waktu publikasi yang strategis agar video dapat menjangkau audiens dengan maksimal. Dalam hal ini, penulis berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk merencanakan strategi distribusi yang efektif.



Gambar 3. 11. Tampak proses pengambilan foto pada saat customer melakukan treatment di the beautilogist.

Selama proses ini, penulis juga melakukan analisis terhadap respons *audiens* terhadap video dokumentasi yang telah dipublikasikan. Pengukuran *engagement*, seperti jumlah tayangan, komentar, dan share, akan memberikan wawasan tentang seberapa efektif video tersebut dalam meningkatkan *brand awareness*. Data ini sangat penting untuk evaluasi dan perbaikan di masa

mendatang, sehingga penulis dapat terus meningkatkan kualitas dokumentasi dan strategi pemasaran yang diterapkan.

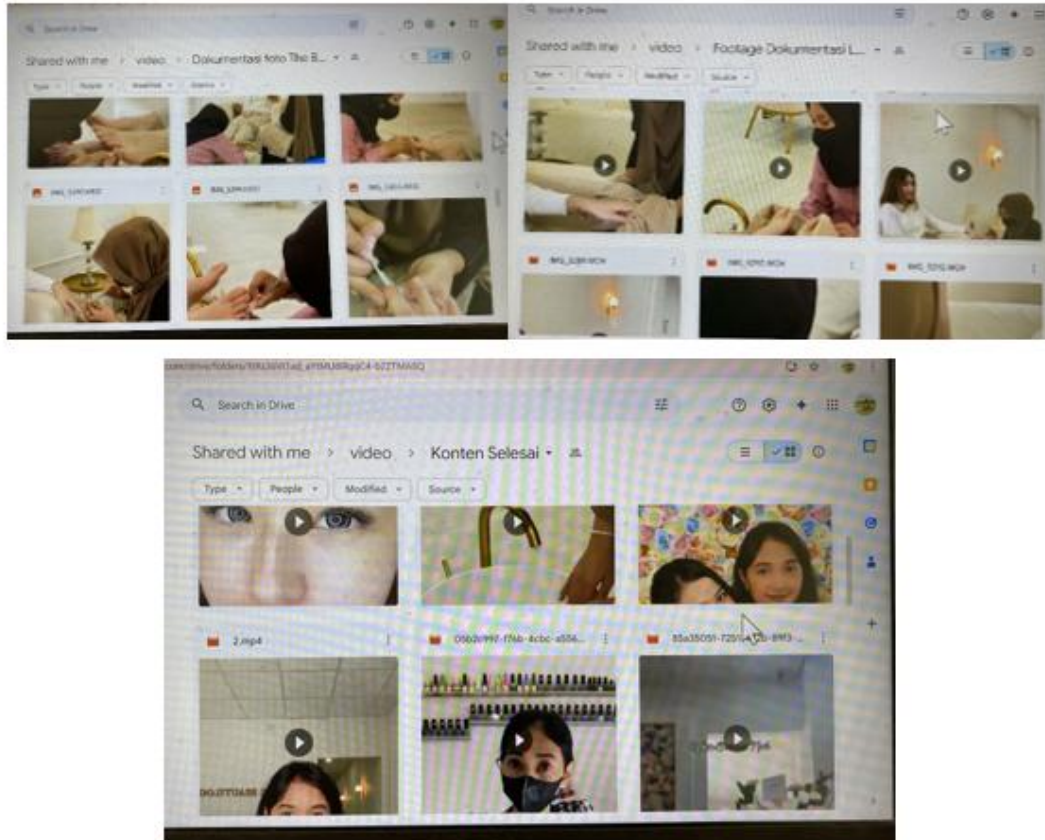


Gambar 3. 12. Tampak hasil nail art oleh customer The Beautilogist

Secara keseluruhan, tanggung jawab penulis dalam pengambilan gambar dan editing selama *event* berlangsung merupakan bagian integral dari upaya untuk meningkatkan *brand awareness* The Beautilogist. Melalui proses yang sistematis dan kolaboratif, penulis berusaha untuk menghasilkan dokumentasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang kuat tentang salon kecantikan tersebut. Dengan demikian, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan pemasaran The Beautilogist.

Selanjutnya, setelah penulis melakukan pengambilan footage, dan editing, penulis melakukan pemilahan video dalam hal ini penulis mengelompokkan video-video maupun foto yang telah diambil kemudian akan disimpan kedalam satu file yaitu melalui drive. Video tersebut dikelompokkan menjadi satu video yang telah selesai dibuat, masih berupa mentahan, dan foto-foto detail produk maupun kegiatan yang sedang dilaksanakan di The Beautilogist. Tujuan dari adanya

penyimpanan draft foto maupun video adalah sebagai adanya bukti dokumentasi yang nantinya dapat diakses tidak hanya bagi para tim karya bidang melainkan juga dapat diakses oleh owner The Beautilogist yang dapat digunakan sebagai bahan untuk mempromosikan produk atau layanan yang dipunyai.

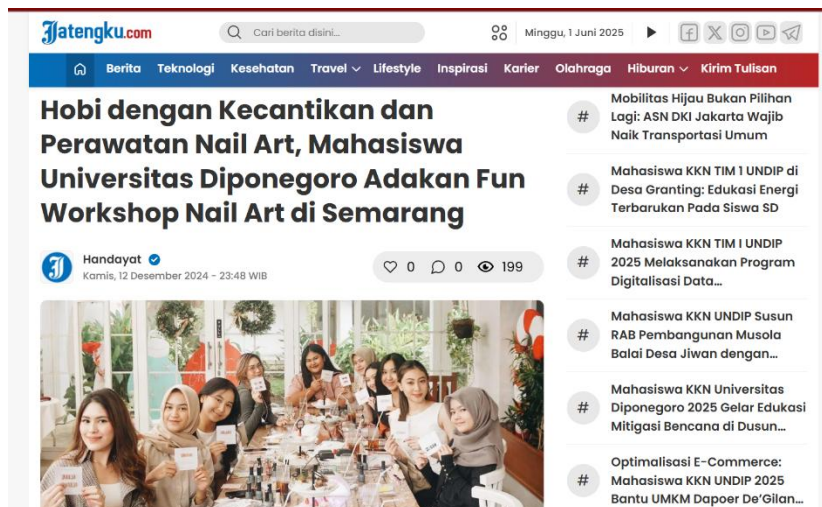


Gambar 3. 13. Tampak proses penyimpanan draft video, foto dan konten video yang telah selesai kedalam gdrive.

Melalui pengalaman ini, penulis juga menyadari pentingnya keterampilan komunikasi dan kerjasama tim dalam mencapai tujuan bersama. Koordinasi yang baik dengan tim tidak hanya mempermudah proses pengambilan gambar, tetapi juga memastikan bahwa semua elemen yang ingin didokumentasikan dapat tercover dengan dengan baik. Penulis berkomitmen untuk terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan di bidang fotografi, videografi dan editing, agar dapat memberikan hasil yang lebih baik di setiap proyek yang dikerjakan di masa depan.

3.3 Press Release

Dalam upaya meningkatkan *brand awareness* salon kecantikan The Beautilogist, penulis bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan beberapa media, seperti Jatengku.com, Edisikini.com, dan BeritaKuliah.com. Kerja sama ini bertujuan untuk mendistribusikan informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh The Beautilogist kepada masyarakat luas. Melalui media, informasi yang disampaikan dapat menjangkau *audiens* yang lebih besar dan beragam, sehingga potensi untuk menarik perhatian calon pelanggan semakin meningkat.



Proses kerja sama dengan media dimulai dengan identifikasi media yang relevan dan memiliki *audiens* yang sesuai dengan target pasar The Beautilogist. Penulis melakukan riset untuk memahami karakteristik masing-masing media, termasuk jenis konten yang mereka sajikan, demografi pembaca, serta kekuatan dan kelemahan masing-masing platform. Dengan pemahaman ini, penulis dapat menentukan media yang paling efektif untuk menyajikan informasi tentang *event* yang akan dilaksanakan.

Dukung Hobi Kecantikan dan Perawatan Nail Art, Mahasiswa UNDIP Adakan Fun Workshop Nail Art di Semarang

Redaktur Edisikini.Com
Jumat, 13 Desember 2024



Jumat, 30 Mei 2025
Macron Menyapa Generasi Muda Indonesia: Harmoni Pendidikan dan...

Kamis, 1 Mei 2025
Hidup Sehat Ala Gen Z: Rahasia Jaga Gula & Kolesterol di Tengah Gaya Hidup...

Minggu, 27 April 2025
Meningkatkan Kualitas SDM Melalui Kolaborasi di Program MBG

Minggu, 27 April 2025
Menangani Tantangan Ketenagakerjaan di Indonesia: Solusi Kolaborasi dalam...

Selasa, 15 April 2025

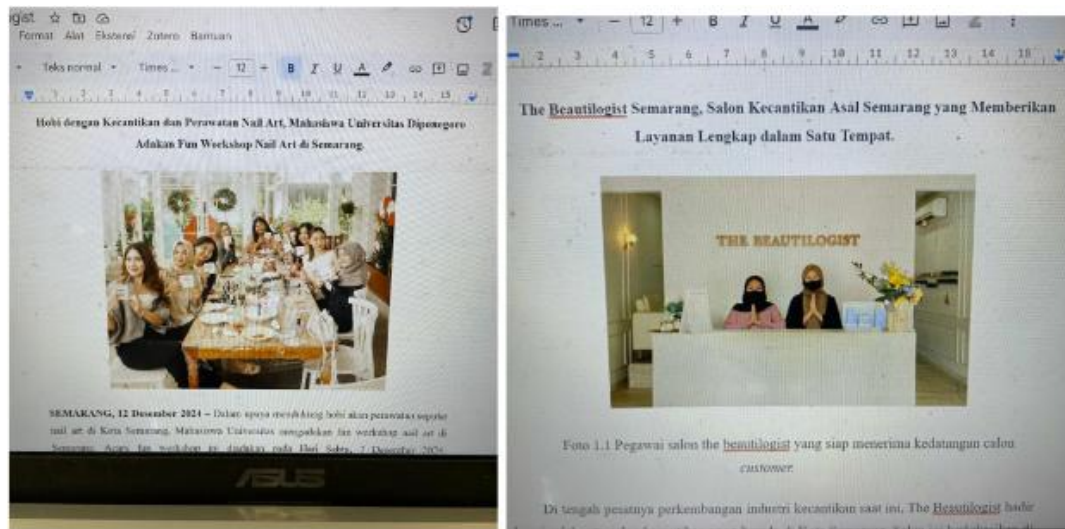
Setelah media yang tepat diidentifikasi, penulis melakukan pendekatan kepada pihak media untuk menjalin kerja sama. Pendekatan ini dilakukan melalui komunikasi yang formal, seperti email atau pertemuan langsung, dimana penulis menjelaskan tujuan dari kerja sama tersebut dan manfaat yang dapat diperoleh oleh kedua belah pihak. Penulis juga menyampaikan informasi mengenai *event* yang akan diselenggarakan, termasuk tanggal, lokasi, tema, dan kegiatan yang akan dilakukan, agar pihak media dapat memahami konteks dan relevansi acara tersebut.



Setelah kesepakatan kerja sama tercapai, penulis menyusun siaran pers yang akan disebarakan kepada media. Siaran pers ini berfungsi sebagai alat komunikasi resmi yang memberikan informasi lengkap mengenai *event*, serta mengajak media untuk meliput dan memberitakan acara tersebut. Dalam

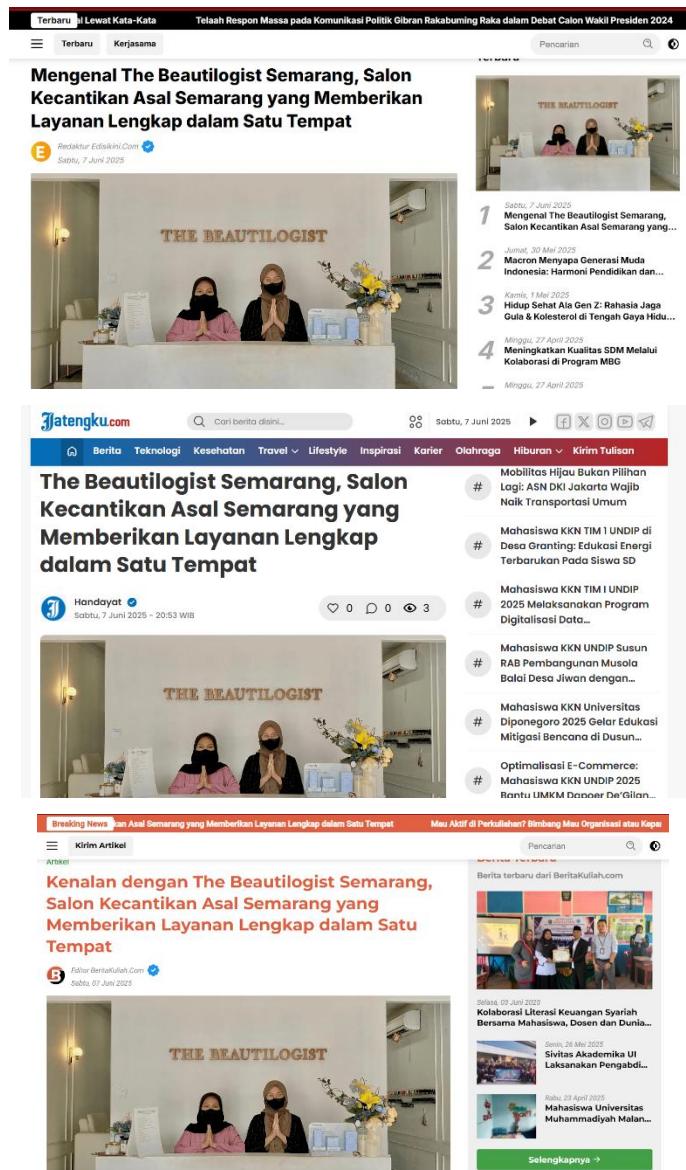
menyusun siaran pers, penulis harus memperhatikan struktur dan gaya penulisan yang sesuai, agar informasi yang disampaikan jelas dan menarik.

Siaran pers yang disusun mencakup beberapa elemen penting, seperti judul yang menarik, ringkasan acara, informasi tentang *The Beautilogist*, serta kutipan yang berisi perspektif lebih mendalam tentang acara tersebut. Penulis juga menyertakan informasi kontak yang dapat dihubungi oleh media untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau melakukan wawancara. Dengan demikian, siaran pers dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang komprehensif bagi media.



Gambar 3. 14. Tampak proses konten artikel yang akan digunakan untuk press release.

Setelah siaran pers diseberkan, penulis melakukan tindak lanjut dengan pihak media untuk memastikan bahwa informasi yang telah disampaikan diterima dengan baik. Tindak lanjut ini dapat dilakukan melalui telepon atau chat whatsapp, dimana penulis menanyakan apakah ada pertanyaan atau klarifikasi yang diperlukan. Selain itu, penulis juga dapat menawarkan kesempatan untuk melakukan wawancara dengan pihak manajemen The Beautilogist, agar media mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan menarik disajikan kepada audiens.



Selama proses ini, penulis juga memantau perkembangan berita yang diterbitkan oleh media terkait *event* The Beautilogist. Dengan memantau berita, penulis dapat mengevaluasi seberapa efektif kerja sama dengan media dalam meningkatkan *brand awareness*. Penulis mencatat setiap artikel atau berita yang diterbitkan, serta menganalisis konten dan respons *audiens* terhadap berita tersebut. Data ini sangat penting untuk mengevaluasi dampak dari kampanye pemasaran yang dilakukan.

Setelah itu, penulis juga berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk merencanakan strategi distribusi informasi yang lebih luas. Ini termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk memperkuat pesan yang disampaikan oleh media. Penulis merancang konten yang dapat dibagikan di media sosial, seperti kutipan dari artikel yang diterbitkan, gambar dari *event*, atau video teaser yang menarik perhatian audiens. Dengan cara ini, informasi tentang *event* dapat menjangkau lebih banyak orang.

Dalam konteks kerja sama dengan media, penulis juga menyadari pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan jurnalis dan editor. Hubungan yang baik dapat membuka peluang jangka panjang dengan jurnalis dan editor. Hubungan yang baik dapat membuka peluang untuk kolaborasi di masa mendatang, serta meningkatkan kemungkinan media untuk meliput acara-acara The Beautilogist di kemudian hari. Penulis berusaha untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pihak media, baik melalui tindak lanjut setelah *event* maupun dengan memberikan informasi terbaru mengenai perkembangan salon kecantikan.

Secara keseluruhan, kerja sama dengan media seperti Jatengku.com, Edisikini.com, dan BeritaKuliah.com merupakan langkah strategis dalam upaya meningkatkan *brand awaraness* The Beautilogist. Melalui distribusi informasi yang efektif, penulis berharap dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas dan menarik perhatian masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan oleh salon. Dengan pendekatan yang sistematis dan kolaboratif, penulis berhasil memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan pemasaran The Beautilogist di pasar yang kompetitif.

Melalui pengalaman ini, penulis juga belajar tentang pentingnya komunikasi yang efektif dan keterampilan negosiasi dalam menjalin kerja sama dengan media. Penulis berkomitmen untuk terus mengembangkan keterampilan ini agar dapat lebih efektif dalam menjalankan tugas di masa depan. Dengan demikian, penulis berharap dapat memberikan hasil yang optimal dalam setiap proyek yang dikerjakan, serta berkontribusi pada pengembangan *brand* The beautilogist secara keseluruhan.