



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini, akan dibahas tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan dalam penelitian pembuatan video iklan. Tahapan tersebut meliputi definisi masalah, pemilihan genre dan karakter, lokasi dan antarmuka, pengembangan alur cerita, penulisan naskah, produksi dan pengujian, serta alat bantu yang akan digunakan. Penelitian ini menerapkan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dengan model pengembangan multimedia *Godfrey*. Proses penelitian dilakukan melalui langkah-langkah yang sistematis sehingga menghasilkan video iklan yang sesuai dengan harapan. Kerangka penelitian adalah serangkaian prosedur serta tahapan-tahapan dalam melaksanakan penelitian yang terstruktur secara sistematis serta terencana sesuai dengan jadwal produksi agar tujuan dari penelitian ini akan tercapai dengan baik. Ulasan pada bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu ulasan serta kerangka penelitian. Pada sub bab pendahuluan ini berisikan pengumpulan informasi serta peralatan penelitian yang dilakukan.

3.1 Tahap Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk meneliti keadaan objektif di mana peneliti bertindak sebagai alat untuk teknik triangulasi pengumpulan data. Analisis data induktif dan temuan penelitian kualitatif lebih akurat daripada generalisasi.

Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data dalam sekumpulan data yang mengandung makna. Dengan kata lain, data yang jelas nilainya



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

dibandingkan dengan data yang tidak tampak karena hal ini digunakan dalam penelitian kualitatif yang tidak berfokus pada generalisasi melainkan pada makna. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah transferabilitas, yang berarti bahwa temuan penelitian dapat diterapkan dalam konteks yang berbeda jika konteks tersebut memiliki karakteristik yang tidak berbeda secara signifikan.

3.2 Kerangka Penelitian

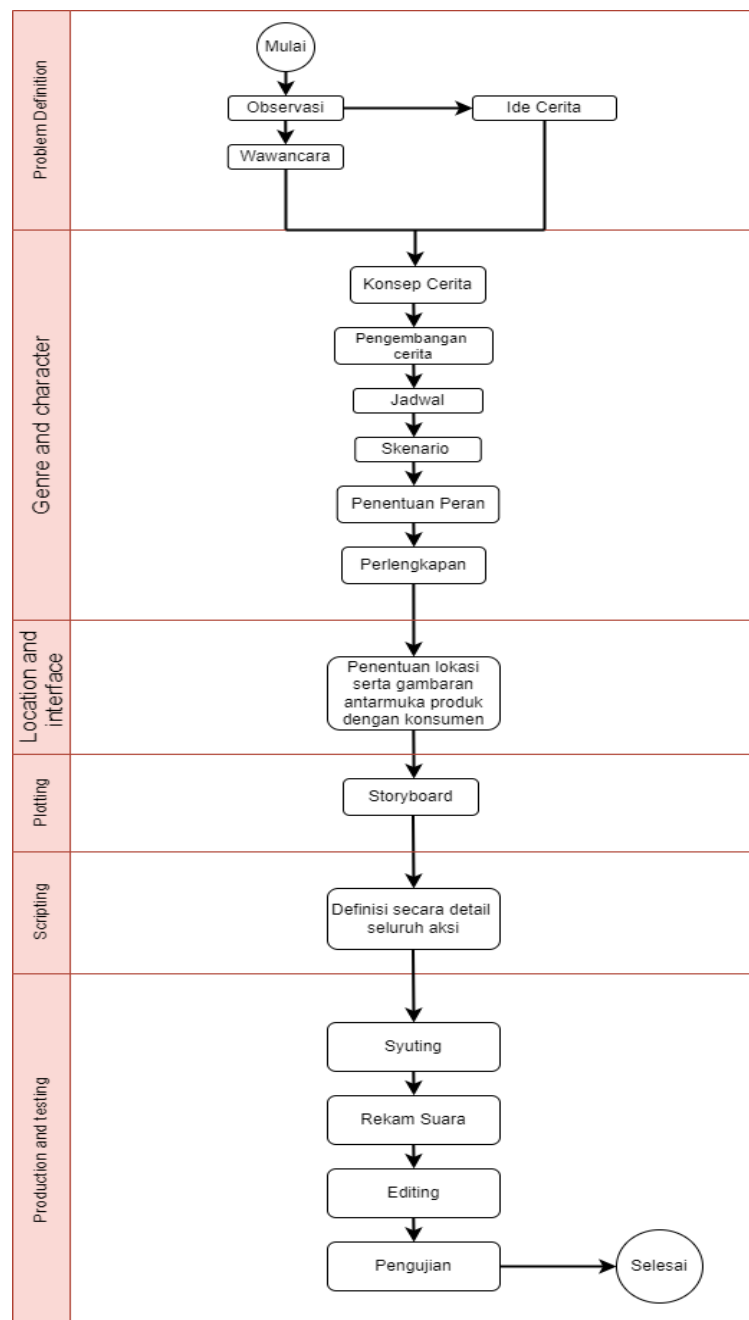
Kerangka penelitian adalah prosedur yang dilakukan tim produksi dalam proses pembuatan video iklan. Kerangka penelitian sebagai strukturisasi yang menjadi pengacuan pengerjaan sesuai focus dan target pada produksi. Kemudian kerangka penelitian diharapkan dapat mempertahankan keterkaitan dan keberlanjutan pada setiap masing-masing tahapan pengerjaan. Pada penelitian ini digunakan Metode *Godfrey* yang merupakan pendekatan dalam pengembangan multimedia yang digunakan untuk merancang dan memproduksi konten, seperti video iklan. Metode ini menekankan langkah-langkah sistematis yang membantu peneliti atau pengembang untuk menghasilkan produk yang efektif dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Metode *Godfrey* yang diterapkan pada perancangan multimedia iklan produk UMKM jajanan 3 sedare ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian

Gambar 3.1 diatas merupakan alur proses penelitian yang akan dirancang menggunakan model pengembangan *Godfrey* yang terdiri dari 6 tahapan. Untuk itu perlu adanya pemanfaatan teknologi yang baik untuk melakukan promosi sebuah produk. Dibawah ini akan dijelaskan secara rinci mengenai setiap proses nya dari awal hingga tahap akhir.



3.2.1 Problem definition

Dalam proses pembuatan video, definisi masalah adalah tahap pengembangan di mana kebutuhan dan masalah dianalisis. Pada tahap ini juga dilakukan proses pengumpulan ide cerita yang kemudian dimasukkan ke dalam plot atau alur cerita. Proses produksi video iklan diawali dengan deskripsi masalah, dimana proses yang terjadi pada tahap ini adalah observasi dan wawancara. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai UMKM jajanan 3 sedare serta informasi mengenai proses promosi yang telah dilakukan sebelumnya.

1. Observasi

Metode observasi (pengamatan) dalam metode ini peneliti melakukan pengamatan di UMKM Jajanan 3 Sedare yang beralamat di km 5, Desa Danau Pulai Indah, Kabupaten Indragiri Hilir, pada tanggal 15 oktober 2024, dan mengamati secara detail langsung bagaimana proses pembuatan Bomboloni lumer dan seperti apa pelayanan untuk penjualan kepada konsumen, serta bagaimana cara produk tersebut di promosikan.

2. Wawancara

Pada tahap kedua pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara atau diskusi dengan Ibu Suryanti, selaku pemilik usaha “Jajanan 3 sedare” pada tanggal 17 Oktober 2024 untuk mendapatkan data-data yang penulis butuhkan dan meminta pemilik untuk mengisi form request video iklan agar video yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pemilik “UMKM Jajanan 3 Sedare”.

3. Studi Pustaka

Tahap ketiga dalam pengumpulan data adalah studi pustaka. Pada tahap ini, peneliti mencari dan memanfaatkan sumber-sumber tertulis serta mempelajari



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

referensi-referensi berupa jurnal yang relevan dengan penelitian ini. Tujuannya adalah untuk melengkapi penelitian dan menambah informasi yang dibutuhkan.

4. Ide cerita

Dalam merancang video iklan, penting untuk memiliki ide cerita yang dapat memastikan proses pembuatan sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, terdapat beberapa referensi yang dapat digunakan untuk mengembangkan ide cerita, seperti pengalaman pribadi, cerita dari novel, biografi, atau peristiwa yang sedang viral.

3.2.2 Genre and character

1. Konsep Cerita

Tahapan ini melibatkan pengembangan ide dasar yang akan menjadi pondasi dari sebuah video. Dalam tahap ini, penulis atau kreator merumuskan tema, karakter, dan alur cerita. Konsep cerita memberikan arah yang jelas untuk pengembangan selanjutnya, memastikan bahwa cerita yang ditulis atau diproduksi memiliki kohesi dan tujuan yang tepat.

2. Pengembangan Cerita

Setelah konsep cerita ditentukan, tahap pengembangan cerita dilakukan untuk memperluas ide tersebut. Ini mencakup penyusunan detail lebih lanjut tentang karakter, konflik, dan resolusi. Pada tahap ini, penulis akan menentukan bagaimana cerita akan mengalir.

3. Jadwal

Jadwal produksi adalah rencana waktu yang mencakup semua aktivitas yang perlu dilakukan untuk memproduksi video. Tahapan ini penting untuk mengatur waktu pengambilan video, pengeditan, dan semua proses lain yang terlibat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Dengan jadwal yang baik, tim produksi dapat memastikan bahwa setiap aspek dikelola dengan efisien dan sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditetapkan. Selanjutnya jadwal dapat dibuat menggunakan *Microsoft Excel* agar memiliki tampilan yang rapi dan mudah dipahami.

4. Skenario

Skenario adalah dokumen tertulis yang merinci dialog, aksi, dan elemen visual yang akan ditampilkan dalam video. Ini berfungsi sebagai panduan bagi semua anggota tim produksi, termasuk sutradara, aktor, dan kru, untuk memahami apa yang perlu dilakukan selama pengambilan gambar. Skenario harus jelas dan terstruktur dengan baik agar dapat memfasilitasi proses produksi.

5. Penentuan Peran

Tahapan penentuan peran mencakup pemilihan aktor atau individu yang akan mengisi karakter dalam cerita. Pemilihan yang tepat akan memastikan bahwa setiap orang memiliki tanggung jawab yang sesuai dengan keahlian mereka, yang berkontribusi pada keberhasilan proyek.

6. Perlengkapan

Perlengkapan mencakup semua alat, bahan, dan sumber daya yang diperlukan untuk produksi video. Ini bisa termasuk peralatan teknis seperti kamera, mikrofon, pencahayaan, serta properti yang akan digunakan dalam pengambilan gambar atau video. Perencanaan perlengkapan yang matang sangat penting untuk menjaga kelancaran proses produksi dan memastikan kualitas hasil akhir.

3.2.3 Location and interface

Pada tahap ini merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam produksi konten multimedia. Lokasi memberikan konteks fisik yang mendukung cerita,



sementara antarmuka menciptakan pengalaman visual dan interaktif yang memengaruhi cara *audiens* berinteraksi dengan konten tersebut. Penentuan lokasi serta gambaran antarmuka antara produk dan konsumen sebagai rancangan tata letak dan acuan sketsa video sangat diperlukan.

3.2.4 Plotting

Setelah menentukan lokasi, langkah berikutnya adalah menyusun berbagai jalan cerita beserta aktivitas yang terdapat dalam sketsa video. *Plotting* dapat dirancang dengan menggunakan *storyboard* untuk membantu menggambarkan setiap bagian dari alur cerita. *Storyboard* merupakan serangkaian sketsa yang digunakan untuk menggambarkan urutan adegan dalam film. *Storyboard* harus mencakup sketsa gambar serta audio atau elemen visual yang diperlukan, karena *storyboard* berfungsi sebagai panduan bagi tim dari tahap produksi hingga tahap pengeditan, untuk memastikan hasil yang sesuai. Proses pembuatan *storyboard* dapat dilakukan dengan berbagai aplikasi, baik yang berbasis *offline* maupun *online*.

3.2.5 Scripting

Pada tahap ini merupakan proses penulisan seluruh alur cerita, narasi, dialog, dan urutan adegan secara teks. Biasanya bersifat umum dan fokus ke ide cerita dan struktur konten. penulisan naskah yang mencakup semua elemen yang diperlukan untuk produksi secara detail, termasuk dialog, aksi, dan instruksi teknis.

3.2.6 Production and Testing

1. Syuting

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Syuting adalah proses pengambilan gambar untuk produksi video atau film. Ini melibatkan penggunaan kamera dan peralatan lainnya untuk merekam adegan sesuai dengan naskah atau *storyboard* yang telah disiapkan. Selama Syuting, berbagai elemen seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan pengaturan lokasi diperhatikan untuk memastikan kualitas visual yang baik. Syuting adalah tahap krusial yang menentukan bagaimana cerita akan disajikan secara visual.

2. Rekam Suara

Rekam suara adalah proses merekam suara, termasuk dialog, efek suara, dan musik yang akan digunakan dalam video atau film. Ini bisa dilakukan secara bersamaan dengan Syuting (*live recording*) atau secara terpisah dalam studio (*post-production recording*).

3. Editing

Editing adalah tahap di mana semua elemen video dan audio yang telah direkam disusun dan diproses untuk menciptakan produk akhir. Selama *Editing*, editor akan memotong, menggabungkan, dan menyusun klip video, menambahkan efek visual, transisi, serta menyesuaikan audio untuk memastikan semuanya selaras. *Editing* adalah langkah penting untuk memastikan bahwa alur cerita mengalir dengan baik dan hasil akhirnya menarik bagi *audiens*.

4. Testing atau Pengujian

Pengujian adalah tahap di mana produk yang telah selesai diedit diuji untuk memastikan bahwa semua elemen berfungsi dengan baik dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Ini termasuk pemutaran video untuk *audiens* terbatas (*screening*) untuk mendapatkan umpan balik mengenai aspek-aspek seperti narasi, audio, dan visual. Pengujian membantu mengidentifikasi masalah atau area yang

perlu diperbaiki sebelum produk final dirilis ke publik. Dan juga di lakukan pengujian terhadap peningkatan pendapatan penjualan sebelum ada video iklan dan setelah ada video iklan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

