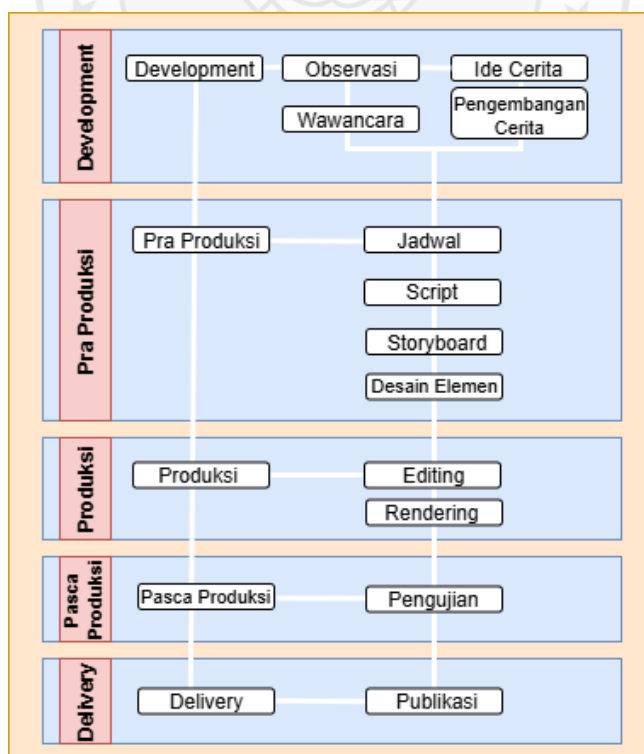




BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam proses perancangan dan implementasi iklan motion graphic pada produk Spageti Yum. Selain itu, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembangan *Villamil Molina*. Metode ini memiliki perencanaan yang terstruktur dan rinci, serta menyediakan kerangka kerja yang jelas dalam proses produksi media. Dengan struktur organisasi pengembangan yang sistematis, metode ini memudahkan dalam perancangan dan produksi video iklan secara efisien dan praktis. Model pengembangan *Villamil Molina* terdiri atas lima tahapan utama, yaitu *development*, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan *delivery*. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam memastikan hasil akhir media yang tepat sasaran dan berkualitas. Alur tahapan metode ini dapat dilihat pada Gambar 3.1



Gambar 3. 1 Tahapan Model Pengembangan



Pada Gambar 3.1 di atas, telah digambarkan alur proses penelitian yang dirancang menggunakan model *Villamil Molina*, yang terdiri dari lima tahapan utama. Multimedia merupakan salah satu bentuk produk teknologi informasi saat ini, sehingga pemanfaatannya sangat penting dalam menunjang strategi promosi suatu produk. Oleh karena itu, diperlukan penggunaan teknologi yang tepat dan efektif dalam proses perancangan media promosi. Pada bagian berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai proses pengumpulan data, tahapan pra-produksi yang meliputi persiapan bahan video, proses produksi dan editing video, hingga proses akhir dalam pembuatan karya video iklan.

Model ini terdiri dari lima tahapan utama, yaitu:

1. *Development*

Pada tahap ini dilakukan pencarian dan pengembangan ide untuk video iklan *motion graphic*. Kegiatan mencakup pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, serta merumuskan ide cerita yang kemudian dituangkan ke dalam bentuk *storyline* atau alur cerita.

2. Pra Produksi

Tahap perencanaan dan perancangan konsep media. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan naskah (*script*), *storyline*, *storyboard*, desain karakter, pemilihan warna, dan gaya visual yang sesuai dengan konsep promosi.

3. Produksi

Tahap realisasi atau pembuatan media. Semua aset visual dan audio mulai diolah dan dianimasikan menggunakan aplikasi pendukung seperti *PixeLab* dan *CapCut Pro PC*.

4. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap pengembangan akhir dari video iklan *motion graphic*.

Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk mengetahui kelayakan media. Pengujian

dilakukan dengan metode alfa dan beta untuk mengevaluasi kualitas animasi, sinkronisasi audio visual, serta efektivitas pesan promosi.

5. *Delivery*

Tahap akhir berupa publikasi dan distribusi media kepada target audiens. Video iklan disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, Tik Tok, Facebook dan YouTube untuk mendukung strategi promosi digital.

Kelima tahapan tersebut secara umum dapat dikelompokkan ke dalam tiga fase besar, yaitu:

1. Pra produksi: mencakup tahapan development dan pre production.
2. Produksi: mencakup tahapan production.
3. Pasca produksi: mencakup tahapan post production dan delivery.

Dengan pendekatan ini, diharapkan perancangan iklan *motion graphic* dapat berjalan secara sistematis dan efektif dalam mendukung kegiatan promosi digital produk Spageti Yum.

3.1 Pengumpulan dan Analisis Data

Tahap pengumpulan dan analisis data adalah tahap awal dalam proses penelitian. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti memerlukan data yang benar yang dapat diperoleh di lapangan sesuai dengan Topik dalam penelitiannya. Metode Pengumpulan dan Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung ke tempat





Spageti Yum yang beralamat di Jalan Kembang, Tembilahan. Dengan mengamati apa saja menu yang ada di Spageti Yum.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya-jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. Bentuk informasi yang diperoleh dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara audio visual, atau audio visual. Dalam penelitian ini proses wawancara dilakukan pada Kamis, 20 Februari 2025 di Spageti Yum yang beralamat di Jalan Kembang, Tembilahan. Proses wawancara dilakukan langsung bersama owner yakni Suci dengan bentuk informasi berupa tulisan.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah proses mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan dan juga melalui internet. Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2 Perancangan dan Implementasi

Perancangan dan implementasi terdiri dari 3 tahapan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Berikut penjelasan dari proses perancangan dan implementasi:

1. Pra Produksi, Tahapan pra produksi dilakukan sebagai persiapan sebelum memulai pembuatan animasi *motion graphic*. Proses awal produksi atau tahap perancangan dilakukan untuk menentukan tema dari animasi *motion graphic* yang akan dibuat. Pada tahap ini juga dilakukan pembuatan *script* atau naskah dalam animasi *motion graphic*. Selanjutnya, pembuatan *storyboard* sebagai acuan pembuatan alur dari tiap adegan.



Pada tahap ini, Produksi adalah tahap inti dalam pembuatan *motion graphic*, yang melibatkan pembuatan dan penyuntingan elemen-elemen visual. Pada tahap ini, elemen-elemen yang telah dirancang di tahap pra-produksi dibuat dan dianimasikan menggunakan *PixeLab*. Elemen seperti karakter, ikon, dan latar belakang dirancang dengan detail, sementara gerakan elemen-elemen visual diatur sesuai dengan *storyboard*. Proses berikutnya adalah penyuntingan video menggunakan *CapCut Pro* PC untuk memperbaiki transisi, efek visual, dan warna agar video animasi berjalan dengan lancar. Selain itu, efek tambahan seperti suara dan filter warna diterapkan untuk meningkatkan kualitas visual dan atmosfer video, memastikan pesan iklan dapat tersampaikan dengan efektif dan menarik perhatian audiens.

2. Pasca produksi adalah tahap akhir dalam pembuatan video Perancangan Iklan *Motion Graphic* sebagai Strategi Promosi Digital pada Produk UMKM Spageti Yum, yang melibatkan analisis dan pengujian kelayakan video sebelum dipublikasikan. Proses ini mencakup pengujian alfa dan beta menggunakan kuesioner.

Pengujian alfa dilakukan untuk memastikan kelayakan teknis video, termasuk kualitas gambar, warna, tipografi, animasi, dan audio. Tujuannya adalah untuk memastikan semua elemen visual dan audio berfungsi dengan baik dan mendukung pesan promosi yang ingin disampaikan.

Pengujian beta melibatkan audiens yang lebih luas untuk mengevaluasi daya tarik visual dan efektivitas pesan promosi. Pengujian ini memastikan apakah video dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk mencoba produk Spageti Yum.

Setelah proses pengujian sudah dilakukan maka tahap selanjutnya adalah *publishing* video melalui YouTube, Instagram, TikTok dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

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