BAB IV
METODOLOGI

4.1 Rancangan Penelitian

Bentuk penelitian dalam pelaksanaan proyek Perancangan dan Implementasi video iklan CV. Mega Triputra Sentosa adalah mengunakan metode penelitian terapan. Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah-masalah praktis (Rabsya, 2017). Penelitian ini berupa proyek video iklan untuk CV. Mega Triputra Sentosa, karena sebelumnya perusahaan ini tidak mempunyai video iklan dan hanya memiliki akun *instagram* untuk mempromosikan produk Lactasoy. Pada penelitian ini juga berfokus pada perkenalan perusahaan dan produk yang ditawarkan dalam media sosial *instagram*. Ciri utama dari penelitian ini adalah memanfaatkan yang dirasakan secara langsung oleh perusahaan tersebut. Video dapat menghasilkan sebuah sarana visualisasi perusahaan dan sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk sekaligus perusahaan pada CV. Mega triputra Sentosa.

4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan 3 teknik untuk mengumpulkan sebuah data yang dilakukan:

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018

4.2.1 Wawancara

Tahap ini dapat memperoleh informasi pada alur, susunan kata, dan pertanyaan yang menyesuaikan informan dan keadaan yang bersifat pertanyaan-pertanyaan (Aziz, 2017). Dalam tahap tersebut, penulis melakukan wawancara kepada Kepala Direktur perusahaan CV. Mega Triputra Sentosa yang bernama bapak Julianto tentang beberapa data-data yang diambil mengenai perusahaan CV. Mega Triputra Sentosa secara langsung.

Daftar pertanyaan yang digunakan untuk mewawancarai Bapak Julianto selaku Kepala Direktur CV. Mega Triputra Sentosa adalah sebagai berikut:

1. Produk apa saja yang ditawarkan oleh CV.Mega Triputra Sentosa?
2. Dengan menggunakan media pemasaran apa saja yang digunakan?
3. Bagaimana sistem yang digunakan dalam bidang distribusi yang dilakukan oleh CV. Mega Triputra Sentosa?
4. Bagaimana harapan yang diinginkan pada pembuatan video iklan terhadap CV.Mega Triputra Sentosa?

4.2.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditulis melalui menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis dengan melihat dan mengamati secara langsung dan membuktikan persepsi berdasarkan fakta yang ada (Ayudia, Suryanto, & Waluyo, 2017).

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018

Tujuan observasi pada CV. Mega Triputra Sentosa adalah mengamati dan mengumpulkan data seperti visi misi perusahaan, tentang kegiatan perusahaan, dan mengenal produk yang ada pada CV. Mega Triputra Sentosa dalam pembuatan video iklan agar orang yang melihat video iklan ini dapat mengetahui tentang profil perusahaan tersebut.

4.2.3 Studi Pustaka

Teknik ini merupakan sebuah teknik yang mengumpulkan data dengan mencari dan mempelajari beberapa referensi yang berkaitan dengan proses terhadap pembuatan video iklan.

4.3 Proses Perancangan

Dalam proses perancangan dan implementasi video iklan CV. Mega Triputra Sentosa memiliki 3 tahapan yaitu tahap pra-produksi yang dimulai dari sebuah ide mengenai video iklan, kemudian dilanjutkan pada tahap produksi yang sudah memulai memproduksi video iklan, dan yang terakhir tahap pascaproduksi yang memproduksi sebuah video iklan secara nyata.

4.3.1 Tahap Pra-Produksi

Tahap ini merupakan tahap dimulai dari ide atau gagasan mengenai video iklan yang dilanjutkan dengan penyusunan jadwal, membuat dan merancang alur cerita, menulis sebuah naskah yang harus dimasukkan, merancang *storyboard*, dan mempersiapkan *hardware* dan *software* yang diperlukan dalam pembuatan video iklan.

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018

4.3.2 Tahap Produksi

Pada tahap ini biasanya melakukan sebuah periode dengan iklan tersebut dan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi tahap sebagai berikut:

1. Shooting

   Tahapan ini merupakan teknik mengunakan kamera dengan mengambil sebuah gambar yang direkam dan telah dipelajari seperti pengambilan beberapa scene yang berisi tentang wawancara, aktifitas perusahaan, dan profil tentang perusahaan dan pengaturan posisi obyek.

2. Merekam Suara (*Dubbing*)

   Tahap ini merupakan teknik mengambil beberapa suara dari pemeran yang diperlukan untuk memperjelas sebuah konten apa saja yang seharusnya dimasukin dalam video iklan dan melakukan menyaringkan suara agar tidak terjadi *noise* yang menganggu yang ada pada sebuah video..

3. Editing

   Tahap ini merupakan proses menyusun hasil pada *shooting* dan *dubbing* yang kemudian dirancang dengan ide yang diikuti oleh naskah yang sudah dibuat. Video iklan ini dibuat / diedit dengan sebuah perangkat aplikasi *Adobe Premiere Pro CS6* untuk mengedit video, *Adobe After Effect CS6* untuk mengedit sebuah animasi yang ada pada video, dan *Adobe Photoshop CS6* mengedit gambar yang akan dimasukkan dalam sebuah video iklan.

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018

4.3.3 Tahap Pasca-Produksi

Tahap ini merupakan periode sebuah aktivitas setelah video iklan yang sudah dibuat dengan format akhir dari video iklan sesuai dengan apa yang telah ditentukan saat proses pra-produksi yaitu:

1. Video iklan yang dibuat berdurasi 1 menit
2. Format dengan *file *.mp4*.
3. File video berukuran 45.32 MB dengan resolusi video HD 1280 x 720, 30fps
4. Video ini akan di promosikan melalui *instagram*.

4.4 Tahapan dan Jadwal Pelaksanaan

Proses pelaksanaan Kerja Praktek ini memiliki tiga tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan

   Merupakan tahap pertama untuk memulai kerja praktek survei dengan lokasi dan topik dari kerja praktek yang sudah di dapat. Setelah itu, penulis mempersiapkan daftar data.
2. Tahap Pelaksanaan

   Pada tahap yang kedua ini dapat melaksanakan kerja praktek dengan mengumpulkan beberapa data dan informasi yang telah di dapat kemudian penulis mengelolah data dan informasi agar dapat melakukan implementasi.

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Pada tahap akhir dari pelaksanaan kerja praktek dengan menyusun laporan, mengevaluasi, serta menilai kerja praktek oleh atasan perusahaan dan penilaian (tim) dosen dalam bentuk sidang kerja praktek dan pengumpulan hardcover ke BAAK (Lihat pada Tabel 2).

Tabel 2: Tahapan dan Jadwal Pelaksanaan Kerja Praktek

Tahapan	**Maret**				**April**				**Mei**				**Juni**		
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**
Bab 1, 2, 3															
Storyboard, shooting, editing															
Bab 4, 5, 6, 7															
Client comfirmation															
Finishing & submit															

Tabel ini menjelaskan tentang masalah waktu dalam sebuah analisis dan penyusunan laporan penelitian pada bab 1,2, dan 3 membutuhkan waktu sekitar 2 minggu pada bulan Maret. Pembuatan *storyboard, shooting*, sekaligus *editing* memerlukan waktu sekitar 2 minggu pada awal bulan April. Dilanjutkan pembuatan laporan bab 4, 5, 6, dan 7 pada minggu 3 dan 4 di bulan April hingga minggu awal bulan Mei. Kemudian proses konfirmasi *client* terdapat pada minggu ke 2 bulan Mei. Dan pada proses akhir perancangan dan implementasi video iklan dibutuhkan waktu sekitar 5 minggu dari minggu ke 3 bulan Mei hingga minggu ke 3 bulan Juni.

Nico Putra Tanuwijaya, Perancangan dan Implementasi Video Iklan sebagai Media Promosi pada CV. Mega Triputra Sentosa, 2018
UIB Repository©2018