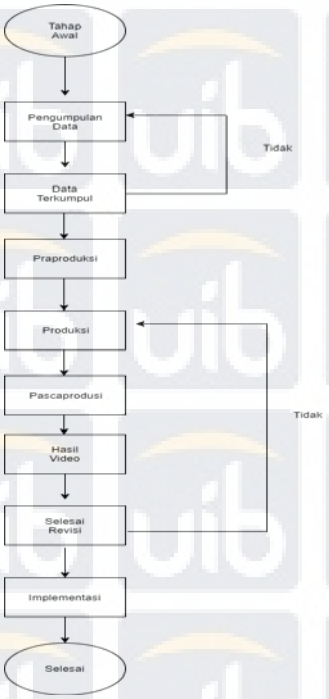
# BAB IV
# METODOLOGI

## 4.1 Rancangan Penelitian

Metode yang dipakai dalam perancangan dan implementasi video *Visual Branding* Hanan Detailing ini adalah riset terapan. Riset terapan merupakan riest yang hasil akhirnya dapat dipakai untuk melancarkan permasalahan (Rima Rachmawati, 2018). Hasil bentuk akhir dari *Visual Branding* ini nantinya di implementasikan pada *Social Media* Instagram milik Hanan Detailing.




**Gambar 2:** Alur penelitian

## 4.2 Teknik Pengumpulan Data

Perancangan video *Visual Branding* memiliki beberapak teknik pengumpulan data antara lain:

Adam Maarij. Perancangan dan Implementasi Visual Branding pada Media Sosial Instagram PT Hanan Detailing.
UIB Repository©2019

### 4.2.1 Observasi

Merupakan pengumpulan suatu data yang dibutuhkan dengan pengamatan langsung terhadap aktifitas atau tempat yang berhubungan dengan penelitian. Data yang dirangum seperti suasana, tempat, fasilitas, struktur organisasi yang dimiliki Hanan Detailing.

### 4.2.2 Wawancara

Suatu metode pengambilan data yang dimiliki oleh Hanan Detailing melalui sesi tanya jawab secara langsungndengan narasumber guna mendapatkan beberapa keterangan perusahaan tersebut untuk mengumpulkan data yang diinginkan dalam perancangan *Visual Branding* (Rahmawati, Ayudiati, & Surifah, 2015). Beberapa pertanyaan di rangkum sesuai dengan kebutuhan dan untuk mendapatkan data data serta ditanyakan langsung kepada pihak narasumber pemilik perusahaan Hanan Detailing untuk mendapatkan informasi mengenai video yang akan dibuat. Berikut daftar pertanyaan yang akan dipakai dalam mewawancarai pemilik perusahaan Hanan Detailing:

1. Informasi apa yang ingin diperlihatkan melalui video?
2. Jasa apa yang ingin diutamakan dalam video?
3. Siapa target audience
4. Suasana apa yang ditargetkan pada video?
5. Genre musik jenis seperti apa yang di inginkan untuk *backsound* video?
6. Kapan pengambilan gambar dapat dilakukan?
7. Lokasi mana yang dapat diperlukan untuk pengambilan gambar?

Adam Maarij. Perancangan dan Implementasi Visual Branding pada Media Sosial Instagram PT Hanan Detailing.
UIB Repository©2019

### 4.2.3 Studi Pustaka

Pemberian landasan-landasan kuat dari perangkaian dokumen yang ada dan juga berhubungan dengan permasalahan yang terdapat informasi, ide, data dan bukti yang di tulis merupakan suatu metode pengumpulan data (Aldianto, 2018). Referensi ini dibahas dalam bentuk teori video *visual branding*, teknik pemrosesan video, pengetahuan tentang alat apa saja yang dibutuhkan dalam proses pengambilan video.

## 4.3 Proses Perancangan

Perancangan dalam video *Visual Branding* Hanan Detailing dilaksanakan dalam 3 tahapan, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, serta tahap paska produksi. Berikut terdapat rincian perancangan video *Visual Branding*:

### 4.3.1 Pra produksi

Suatu bagian pertama dari produksi dalam bentuk perencanaan. Persiapan terseut dibuat agar alur video *Visual Branding* dirancang teratur dan jelas. Secara singkat, tahap pra produksi terbagi dari awal perancangan ide dan *storyboard*.

1. Perancangan ide

   Ini adalah cara menemukan persepsi dan ide, yaitu membuat video visual brand. Alur pembentukan video membutuhkan ide kreatif untuk memiliki daya perhatian dan menyajikan informasi yang benar.

2. Storyboard

   Suatu uraian sketsa atau penggambaran kasar yang dibentuk untuk dijadikan dasar dalam pengutipan objek pada perancangan video *Visual Branding*. Storyboard dibuat agar memudahkan hal yang telah di dapat dan juga bisa tersalurkan kepada orang banyak dengan lebih sederhana.

Adam Maarij. Perancangan dan Implementasi Visual Branding pada Media Sosial Instagram PT Hanan Detailing.
UIB Repository©2019

### 4.3.2 Produksi

Suatu tahapan pembentukan ilustrasi serasi dengan alur perencanaan yang telah rangkum. Tahapan produksi terbagi dari:

1. *Shooting*

   Suatu alur pengambilan foto dan video melalui komponen kamera yang akan sesuai ilustrasi yang dirancang sebelumnya.

2. *Compositing*

   Merupakan alur yang menyatukan semua elemen pembentukan video.

3. *Editing*

   Suatu alur proses penggarapan juga pengemasan video yang membentuk effect khusus dan di *eksport* sesuai dengan perancangan awal.

### 4.3.3 Pasca produksi

Merupakan pembentukan produksi video *Visual Branding* setelah siap diproduksi. Format bentuk akhir video *Visual Branding* disesuaikan dengan perencanaan yang dilakukan bersama saat tahapan pra produksi yaitu:

1. Video berdurasi 1 menit.
2. Format *file* *.mp4.
3. Video akan diimplementasikan pada sosial media instagram yang dimiliki Hanan Detailing.

## 4.4 Tahapan dan Jadwal Pelaksanaan

Tiga bagian alur prosedur tahapan kegiatan kerja praktek , yaitu

1. Tahap Persiapan

   Penulis memiliki proses bertahap pada topik program pelatihan kerja dan kegiatan pengamatan

Adam Maarij. Perancangan dan Implementasi Visual Branding pada Media Sosial Instagram PT Hanan Detailing.
UIB Repository©2019

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, penulis merancang kompilasi dari beberapa data yang diperlukan. Setelah pengumpulan, data akan diproses untuk implementasi.

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Penulis menyiapkan penyusunan dari awal sampai akhir laporan, mengevaluasi penilaian pekerjaan aktual dan mengevaluasi pengembangan dan evaluasi kegiatan aktual para penyelia perusahaan dalam fase proses dan selanjutnya penilaian dari tim dosen dalam bentuk sidang kerja praktek dan terakhir pengumpulan *hard cover* ke BAAK.

Kerja praktek dilakukan dari bulan April 2019 sampai bulan Juni 2019. Berikut jadwal proses pelaksanaan kegiatan penulis pada saat kerja praktek dapat dilihat di Tabel 2.

**Tabel 2** Jadwal Pelaksanaan Kerja Praktek

| Tahapan | Apr 2019 | | | | Mei 2019 | | | | Jun 2019 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | |
| Praroduksi | | | | | | | | | | | | |
| Produksi | | | | | | | | | | | | |
| Pascaproduski | | | | | | | | | | | | |
| Implementasi | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Dan Submit Laporan | | | | | | | | | | | | |

Adam Maarij. Perancangan dan Implementasi Visual Branding pada Media Sosial Instagram PT Hanan Detailing.
UIB Repository©2019