

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Secara perspektif iklan bisa mempengaruhi konsumen secara langsung serta dapat mendorong atau mengubah tingkah laku suatu kelompok seperti yang dikehendaki. Secara sadar ide yang dimuat oleh iklan akan dikemas dalam sajian untuk mempengaruhi persepsi dan pandangan masyarakat sehingga kesan terhadap iklan itu dapat tertanam dalam pikiran mereka. Menurut Saleh, (2017) , ide yang diajukan dalam iklan haruslah diperlukan keefektifan, keefisienan serta keekonomisan agar nantinya iklan yang dihasilkan dapat mencapai tujuan yang telah disebutkan. Dengan diimplementasikannya video iklan tersebut perusahaan akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

4.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah macam-macam pengambilan data yang penulis gunakan untuk mengembangkan Video Iklan sebagai Program Digital Marketing di PT. Arya Triple 5 adalah:

4.2.1 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat dari narasumber (Kholidah, 2018).

4.2.2 Observasi

Pencarian informasi dilakukan dengan teknik observasi dari beberapa jenis mobil yang ada pada PT. Arya Triple 5 yang akan dimasukkan kedalam video iklan dan pengambilan data dari informasi yang diambil langsung di PT. Arya Triple 5.

4.2.3 Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dan informasi dari jurnal, dokumen, buku dan website yang berguna sebagai bahan analisis (Setiawan & Fanani, 2017).

4.3 Proses Perancangan

Proses perncangan video iklan di PT. Arya Triple 5 memiliki 3 tahap yang berawal tahap pra-produksi, selanjutnya dilakukan produksi, dan terakhir post produksi.

4.3.1 Tahap Pra-Produksi

Pada bagian ini adalah aktifitas sebelum video diproduksi. Diawali dengan gagasan awal untuk proyek video iklan, yang selanjutnya menyusun skedul, membuat *storyline*, naskah, membuat *storyboard*, menyiapkan perangkat keras dan perangkat lunak yang akan digunakan.

1. Penempatan ide dan Gagasan cerita

Pemasang iklan sering memanipulasikan pemikiran penonton dengan cara hanya menampilkan keunggulan dari produk yang diiklankan tanpa menampilkan kekurangan produk tersebut (Andrian, 2015).

2. Penulisan Naskah

Selanjutnya yaitu proses pembuatan naskah berdasarkan ide dan hasil wawancara yang berupa informasi.

3. Menyiapkan *software* dan *hardware*

Untuk melakukan pembuatan video iklan, alat yang dibutuhkan merupakan *camera* Mirrorless Sony A6300. Dengan menggunakan mode manual video, ISO yang dipakai antara 300-800. program yang digunakan untuk proses *editing* ialah *Adobe Premiere Pro CC 2017*.

4. Storyboard

Storyboard adalah gambaran kasar yang mendeskripsikan tahapan pembuatan melalui tulisan, gambar, animasi dan suara (Ali, 2015).

4.3.2 Tahap Produksi

Tahapan pada bagian video tersebut dibuat untuk pemasaran adalah tahap produksi. Bagian ini melingkupi *shooting*, *pre-view*, *editing*, dan *screening* atau pemutaran ulang hasil akhir video.

1. Shooting

Tahapan adalah proses pengambilan gambar atau disebut dengan *angle camera* seperti pada pengambilan kutipan adegan dan pengaturan posisi obyek.

2. Evaluasi Hasil (Pre-View)

Pada tahap ini, dilakukan sehabis proses *shooting* yang sesuai proses pra-produksi dan diakhiri dengan tahap produksi untuk melihat hasil bagian cuplikan yang sudah diambil.

3. Editing

Pada bagian ini dimana melakukan penataan sebuah video menjadi suatu rekaman yang enak dilihat. Langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. *Capture*, ialah memasukan data hasil rekaman yang telah diambil dari Mirrorless Sony A6300 ke dalam PC *editor*.
- b. *Logging*, adalah tahap dimana *editor* melakukan penyaringan, memotong dan menyeleksi hasil shot.
- c. *Offline Editing*, adalah suatu teknik pengurutan dan pengurutan gambar kasar dari proses *capture* dan *logging* dan belum menambahkan efek khusus pada gambar.
- d. *Online Editing*, merupakan proses memadukan hasil dari *offline editing* dengan meningkatkan kualitas video memakai fitur *color grading* dan *warp stabilizer*, serta efek yang dibutuhkan.
- e. *Distribute*, adalah tahap terakhir dari produksi yang memproses *file project* pada bagian *Timeline Video* akan di-*export* untuk mengubah hasil *editing* menjadi sebuah video.
- f. *Screening*, adalah tahap dilakukannya pengecekan ulang dengan cara menonton kembali video untuk mengevaluasi dan penyesuaian *storyboard*.

4.3.3 Tahap Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi ialah proses akhir yang dimana ini terjadi setelah pembuatan proses video dan siap untuk dipasarkan. Berikut adalah format video yang disepakati dengan pemilik PT. Arya Triple 5:

1. Durasi video iklan 60 detik.
2. File video berformat mp4.
3. Ukuran file video dibawah 200MB, full HD 1080 dan 60 fps.
4. Video akan dipublikasikan lewat sosial media seperti Facebook dan Instagram.

4.4 Tahapan dan Jadwal Pelaksanaan

Proses pada proyek ini ada tiga tahap pelaksanaan:

1. Tahap Pra Produksi

Pada part ini mulainya proyek dilakukan, pada tahap ini penulis menyusun alur cerita, property, alat-alat, dan ide yang berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan.

2. Tahap Produksi

Merupakan dimana penulis menggabungkan data dari tahap sebelumnya yaitu pra produksi sehingga dapat di implementasikan.

3. Tahap Pasca Produksi

Adalah progres akhri proyek. Dan pada bagian ini penulis melakukan proses *editing*, menyusun laporan, dan menyerahkan hasil dari proyek perusahaan dan dosn berupa sidang kerja praktek.

Kegiatan proyek ini dikerjakan mulai bulan Mei 2019 sampai bulan

Agustus 2019. Agenda pelaksanaan yang penulis lakukan pada proyek ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Table 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Praktek

Tahapan	Mei 2019				Juni 2019				Juli 2019				Agustus 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Perancangan Ide	■	■	■													
Penyusunan Laporan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Perancangan <i>Storyboard</i>					■	■										
Shooting						■										
Editing						■										
Konfirmasi Klien							■									
Revisi dan Submit Laporan		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Perancangan ide adalah penulis mendapatkan konsep untuk pembuatan video iklan. Penyusunan laporan merupakan pembuatan laporan yang mulai dari BAB I sampai dengan VII. Perancangan *storyboard* adalah bentuk gambaran mentah dari konsep yang dibuat. Shooting adalah dimana penulis melakukan pengambilan gambar yang telah dikonsepskan. *Editing* merupakan tahap pengeditan dari semua hasil konsep atau bahan menjadi satu. Konfirmasi klien merupakan penulis dan klien berbincang tentang hasil yang telah dibuat dan setuju untuk diterbitkan ke sosial media. Revisi dan submit laporan merupakan penulis melakukan revisi laporan ke dosen.