

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini akan menjadikan pembuatan karya dalam penelitian, sehingga metode yang akan digunakan dalam penelitian ini *practice led-research*. *Practice led-research* sendiri adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang umumnya digunakan dalam bidang seperti seni, desain, arsitektur, dan disiplin kreatif lainnya. Metode ini menempatkan praktik atau karya kreatif di tengah proses penelitian dan menggunakannya sebagai sarana untuk menghasilkan pengetahuan dan wawasan baru. Pada intinya, ini menggabungkan pekerjaan praktis, berbasis tangan dengan penelitian ilmiah untuk memajukan pemahaman tentang suatu bidang tertentu dan karya kreatif itu sendiri. Ketika seseorang mengembangkan kemampuannya untuk merasa bertanggung jawab terhadap karyanya, ini sebenarnya merupakan pendekatan yang dapat dipahami dari sudut png akademik (Biggs dan Karlsson, 2010).

Menurut penjelasan Hedberg dan Hannula yang diterangkan dalam Kjorup pada tahun 2014, riset seni terjadi ketika seseorang menciptakan sebuah karya seni dan secara serentak meneliti proses kreatif yang terlibat, lalu menggabungkan akumulasi pengetahuan dari karya tersebut dan penelitian yang dilakukan. Kejujuran dalam praktik dan proses seseorang dalam perencanaan, pengembangan ide, penerapan, serta pengujian teori melalui praktik, melalui serangkaian eksperimen, melalui pengalaman di lapangan, dan dokumentasi merupakan aspek penting dalam konteks penelitian ini. Kemudian, untuk mendeskripsikan hasil penelitian agar lebih komprehensif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sebagaimana yang dijelaskan dalam (Sugiyono, 2018), metode kualitatif deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat postpositivisme. Pendekatan ini digunakan untuk menyelidiki kondisi alamiah dari objek penelitian (berlawanan dengan eksperimen).

Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data melibatkan triangulasi (gabungan) sumber data. Analisis data dalam metode ini bersifat induktif dan kualitatif, dengan penekanan pada pengungkapan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk

menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan memberikan jawaban yang lebih rinci terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Pendekatan ini mencapai tujuannya dengan mempelajari individu, kelompok, atau peristiwa sebaik mungkin (Rohadian & Amir, 2019).

Berikut adalah beberapa karakteristik dan komponen kunci dari metode *practice led-research* (McNamara, 2012).

1. Pendekatan Berpusat pada Praktik

Dalam *practice led-research*, pekerjaan kreatif atau praktis adalah fokus utama. Ini dapat mencakup penciptaan seni (seperti lukisan, patung, pertunjukan), proyek desain (seperti desain arsitektur, pekerjaan desain grafis), atau hasil kreatif lainnya. Praktik dapat memiliki berbagai bentuk, tetapi berfungsi sebagai dasar penelitian.

2. Penelitian Melalui Praktik

Alih-alih melakukan penelitian dan kemudian mengaplikasikannya ke pekerjaan kreatif, pendekatan ini mengintegrasikan proses penelitian dalam pekerjaan kreatif itu sendiri. Peneliti terlibat dalam proses kreatif sambil secara bersamaan merenungkan, mendokumentasikan, dan menganalisis tindakan dan keputusan mereka.

3. Refleksi dan Dokumentasi

Praktisi yang terlibat dalam *practice led-research* menjaga catatan rinci tentang proses kreatif mereka, termasuk sketsa, catatan, draf, dan materi lainnya. Catatan ini membantu dalam mendokumentasikan bagaimana keputusan diambil dan apa yang dipelajari melalui praktik kreatif.

4. Pertanyaan Penelitian dan Kerangka Teoritis

Practice led-research melibatkan penempatan pertanyaan penelitian dan pengembangan kerangka teoritis yang memandu proses kreatif. Kerangka ini sering kali mengambil konsep literatur dan konsep teoritis yang relevan dengan bidang studi.

5. Pendekatan Berpusat pada Praktik

Ini sering mendorong pendekatan lintas disiplin, di mana peneliti mengambil gagasan dan metodologi dari berbagai disiplin untuk menginformasikan pekerjaan kreatif dan analisis mereka.

6. Hasil

Hasil dari *practice led-research* dapat berupa: pertama, itu mencakup pekerjaan kreatif itu sendiri, yang mungkin merupakan karya seni baru, desain, atau ekspresi kreatif lainnya. Kedua, itu menghasilkan kontribusi ilmiah dalam bentuk makalah penelitian, tesis, atau dokumentasi yang menjelaskan wawasan yang diperoleh melalui proses kreatif.

7. Peer Review

Seperti penelitian tradisional, *practice led-research* sering kali melalui ulasan rekan, di mana para ahli dalam bidang tersebut menilai baik pekerjaan kreatif maupun penelitian yang menyertainya untuk mengevaluasi kontribusi terhadap pengetahuan dan kreativitas.

8. Aplikasi

Pengetahuan yang dihasilkan melalui *practice led-research* dapat diterapkan tidak hanya untuk memajukan praktik kreatif seseorang tetapi juga untuk memajukan bidang secara keseluruhan. Hal ini dapat menghasilkan inovasi, teknik seni baru, atau pemahaman yang lebih dalam tentang proses kreatif.

Practice led-research berharga untuk bidang di mana penelitian tradisional berbasis teks saja mungkin tidak dapat menangkap seluruh cakupan dan kekayaan praktik kreatif. Ini mengakui bahwa pengetahuan dapat muncul melalui tindakan mencipta, menjadikannya pendekatan yang kuat bagi mereka yang terlibat dalam seni kreatif dan disiplin desain.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau fenomena yang menjadi fokus atau obyek utama dari sebuah studi atau penelitian ilmiah. Ini adalah apa yang peneliti ingin memahami, menjelaskan, atau menganalisis dalam penelitiannya. Objek penelitian

dapat berupa berbagai hal, tergantung pada disiplin ilmu, tujuan penelitian, dan pertanyaan penelitian yang diajukan. Objek dari penelitian ini merupakan sosial media dari platform Tiktok dengan username @starvisionhorormovie dan akun instagram dengan username @filmbangkukosong. Kedua akun sosial media ini merupakan media promosi film Bangku Kosong dalam menarik calon penonton sehingga penelitian ini bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sosial media tersebut dengan pembuatan video promosi. Engagement dari setiap video promosi akan dianalisis impactnya terhadap jumlah penonton di akhir periode penayangan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian atau studi. Teknik ini digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini memiliki beberapa teknik pengumpulan data sesuai dengan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pengumpulan data pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan data lebih banyak didapat dari observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

3.3.1 Observasi

Pengumpulan data melalui observasi melibatkan pengamatan langsung dan sistematis terhadap objek penelitian atau subjek tanpa mengganggu mereka. Observasi bisa dilakukan dengan dua cara yaitu secara partisipatif dan nonpartisipatif (Hardani. dkk., 2020). Observasi di dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis sosial media dalam akun Tiktok @starmoviehororfilm dan akun yang mencakup demografi audiens. Selain itu, observasi juga dilakukan ke film Bangku Kosong mencakup genre, target penonton, value yang disampaikan oleh film serta scene-scene yang menarik untuk dijadikan video promosi. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan akses full film sebelum film tayang sehingga dapat mengobservasi dan membuat strategi promosi melalui sosial media agar target audiens *aware* dengan penayangan film Bangku Kosong.

3.3.2 Wawancara

Untuk menambah data yang dikumpulkan dalam menunjang penelitian, maka selanjutnya adalah wawancara. Wawancara melibatkan percakapan tatap muka antara peneliti dan responden atau peserta penelitian. Wawancara tidak terstruktur (lebih bebas) dipilih untuk proses pengumpulan data. Dalam penelitian dilakukan wawancara tidak terstruktur dimana peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu yang ditujukan untuk menggali informasi mengenai produksi film *Bangku Kosong* dan juga strategi promosi dalam sosial media berupa video promosi, diharapkan juga peneliti mendapatkan data baru yang relevan dari narasumber. Wawancara akan dilakukan dengan beberapa narasumber yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Ginan Aulia Rahman

Ginan Aulia Rahman merupakan *Head of Digital Marketing Strategy* di Rhaya Flicks, salah satu agency film yang mensupport kegiatan marketing dari film *Bangku Kosong*. Ginan berperan penting dalam kegiatan marketing mulai dari perencanaan hingga eksekusi termasuk dalam strategi marketing di sosial media sehingga pada wawancara ini akan dikumpulkan data mengenai strategi promosi film terutama yang bergenre horor dalam sosial media sampai mengerucut pada jenis-jenis video seperti apa yang harus dibuat dan dipublikasi. Hasil wawancara dengan Ginan akan menjadi acuan peneliti dalam membuat video promosi yang sesuai dengan strategi marketing film

2. Ghilman Hadiyan

Ghilman Hadiyan merupakan seorang *Creative Director & Content Producer* di Rhaya Flicks yang telah berkarir selama kurang lebih 10 di bidang kreatif termasuk video dan desain. Ghilman menguasai produksi video sesuai dengan target audiens. Secara teknis Ghilman menguasai end to end proses pembuatan dan publikasi video. Pada wawancara dengan Ghilman, peneliti akan menggali hal teknis dalam rangka membuat video promosi untuk film “*Bangku Kosong*” termasuk, copywriting, audio, visual, tipografi, animasi dan aspek multimedia lainnya sekaligus software-software yang digunakan untuk menunjang pembuatan video. Hasil wawancara ini nantinya

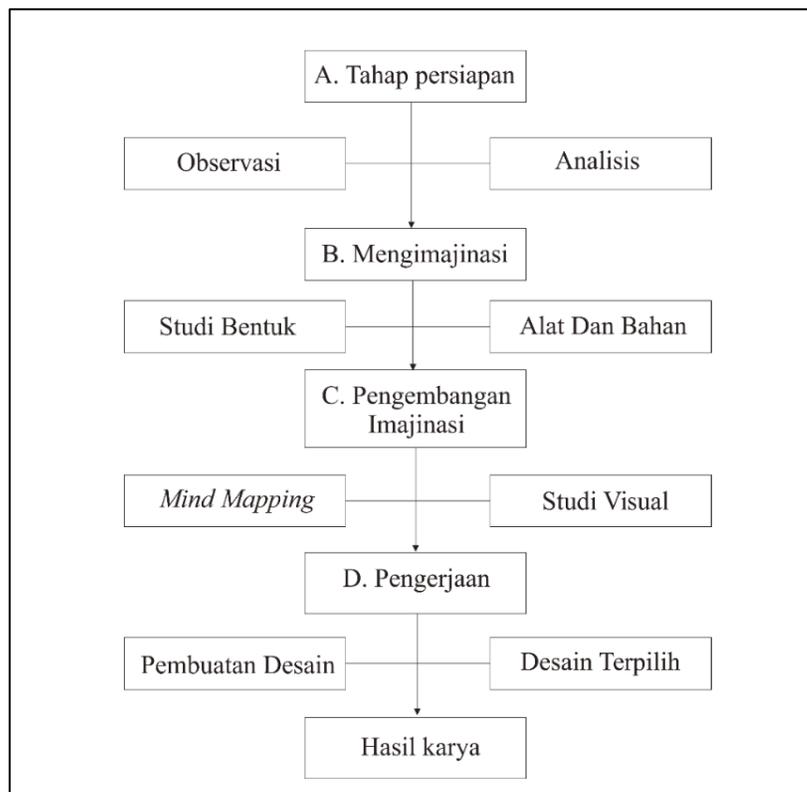
akan menjadi acuan peneliti dalam membuat video promosi secara teknis hingga selesai.

3. Dokumentasi

Pada bagian ini, peneliti akan mengumpulkan data dari dokumen atau arsip tertulis, seperti laporan, surat, atau catatan sejarah, yang relevan dengan penelitian. Adapun data-data yang akan dikumpulkan merujuk pada keberlangsungan video promosi serta engagementnya pada film-film bergenre horor sebelumnya.

3.4 Alur Penciptaan Karya

Pendekatan *Practice led-research* cenderung memfokuskan pada aspek intraestetik, di mana subjektivitas peneliti yang terkait dengan kreativitas, termasuk teknik, media, bahan, bentuk, dan cara presentasi, menjadi sangat penting dan perlu dijelaskan melalui pendekatan ilmiah (Hendriyana, 2021, halaman 11-14). Dalam pelaksanaan metode ini, langkah-langkah yang dijalankan sebagai bentuk alur penciptaan karya adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Alur Penciptaan Karya

Berdasarkan tahapan-tahapan yang sesuai dengan pendekatan Practice led-Research, maka pemaparan dari setiap tahapan adalah sebagai berikut:

3.4.1 Tahap Persiapan

Langkah pertama ini menekankan pada pengamatan awal melalui konduksi riset pendahuluan dengan tujuan memperoleh data awal. Tahap persiapan ini melibatkan aktivitas pencarian data yang terkait dengan ide dan konsep awal, serta isu-isu yang ada dalam masyarakat. Data-data ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi atau memperkuat gagasan awal, sehingga penelitian penciptaan menjadi lebih terfokus. Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi mengenai langkah dalam membuat video promosi di akun sosial media Tiktok @starvisionhorormovie untuk kebutuhan marketing film "Bangku Kosong". Di tahap ini juga penulis mengumpulkan referensi berupa buku, jurnal, video pendek dan informasi-informasi dari internet untuk menambah pengetahuan yang menunjang pembuatan video promosi.

3.4.2 Tahapan Pengimajinasian

Di tahap pengimajinasian, peneliti membagi proses ini menjadi dua bagian untuk membuatnya lebih terstruktur dan lebih jelas berdasarkan temuan-temuan data. Bagian pertama adalah "imaji abstrak," yang melibatkan penyusunan pengalaman praktis yang berhubungan dengan memicu atau membangkitkan semangat serta dorongan imajinasi, sehingga potensi dan peluang yang dapat direalisasikan atau dikembangkan dapat ditemukan. Bagian kedua adalah "imaji konkret," di mana dilakukan eksplorasi objek, eksperimen dengan teknik, dan bahan material yang akan digunakan. Pengimajinasian yang peneliti lakukan adalah dengan framework berupa alur gambar yang akan dijahit frame by frame menjadi satu dalam bentuk video. Dalam framework juga terdapat copywriting yang akan digunakan dalam video.

3.4.3 Tahap Pengembangan Imajinasi

Tahap pengembangan imajinasi adalah pengembangan konsep melibatkan pembentukan konsep yang telah melalui evaluasi dan perbaikan berdasarkan inti permasalahan serta eksplorasi yang telah diidentifikasi. Dari framework yang telah dibuat, peneliti akan mengembangkan rancangan visual, copywriting dan aset pendukung sehingga menjadi konsep lebih matang dan siap untuk dibuat video. Pada tahap ini juga peneliti mulai memindahkan konsep pada tools editing video.

3.4.4 Tahap Pengerjaan

Tahap pengerjaan melibatkan implementasi dalam proses pembuatan, mulai dari penerapan langkah-langkah kerja, pencarian objek, teknik pembuatan karya, hingga presentasi hasil karya yang akan dihasilkan. Adapun tools yang digunakan oleh peneliti dalam membuat video promosi terdiri dari 2 jenis yaitu hardware dan software seperti berikut:

a. Hardware

1. Laptop/Komputer

Selama proses pengerjaan video promosi, peneliti akan menggunakan Macbook Air 2020 dengan processor M1 sebagai perangkat keras (Hardware) yang menjadi alat penunjang editing video dan mencari informasi serta referensi selama proses ini.

b. Software

1. Final Cut Pro

Final Cut Pro adalah perangkat lunak pengeditan video yang dikembangkan oleh Apple Inc. Ini adalah salah satu aplikasi pengeditan video profesional yang digunakan dalam industri film, televisi, dan produksi video. Final Cut Pro menawarkan berbagai fitur canggih untuk pengeditan, pemrosesan warna, efek visual, dan penyuntingan audio, dan sering digunakan oleh para profesional dalam industri kreatif. Peneliti menggunakan final cut pro sebagai aplikasi perangkat lunak (software) utama dalam pengeditan video, audio, dan text.

2. Adobe After Effect

Adobe After Effects adalah perangkat lunak pengolah video dan kompositing yang dikembangkan oleh Adobe Inc. Ini digunakan secara luas dalam industri film, televisi, dan produksi video untuk membuat efek visual yang mengesankan, grafis bergerak, dan komposisi gambar yang kompleks. After Effects memungkinkan pengguna untuk menggabungkan berbagai elemen video, gambar, teks, dan efek visual, serta melakukan pemrosesan warna, pengeditan audio, dan animasi 2D dan 3D.

3. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop adalah perangkat lunak pengeditan gambar yang sangat populer yang dikembangkan oleh Adobe Inc. Photoshop digunakan untuk mengedit, memanipulasi, dan mengolah gambar digital, serta untuk membuat grafik dan ilustrasi. Ini adalah salah satu alat pengeditan gambar yang paling sering digunakan di dunia, digunakan oleh fotografer, desainer grafis, seniman, dan banyak profesi kreatif lainnya.

Adobe Photoshop memiliki beragam fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai tugas, termasuk retouching foto, penghapusan objek, manipulasi gambar, penyuntingan warna, penciptaan efek visual, dan banyak lagi. Selain itu, Photoshop mendukung berbagai format file gambar dan menyediakan alat untuk menghasilkan gambar berkualitas tinggi.

3.4.5 Hasil Karya

Pada tahap ini video promosi yang telah selesai dan disetujui oleh Ghilman Hadian (*creative director*), Ginan Aulia Rahman (*Head of marketing*), dan pihak marketing film dari Starvison, akan didistribusikan pada platform sosial media yaitu Tiktok. Sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video musik dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Dengan berkembangnya aplikasi ini, kini pengguna juga bisa membuat video dengan durasi yang lebih panjang yaitu sekitar 60 detik atau yang setara dengan 1 menit.