

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode Kualitatif Deskriptif *practice-led research* (penelitian berbasis praktik) untuk menjelajahi perancangan *motion graphic* yang menggunakan *Model AIDA* dalam upaya meningkatkan *insight* pada akun *Instagram @chicknpy*. Pendekatan ini memungkinkan integrasi antara praktik kreatif dalam perancangan *motion graphic* dengan analisis konseptual, dengan tujuan mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengaruh praktik kreatif terhadap perilaku pengguna. Candy dalam Guntur (2016: 17) berpendapat bahwa, penelitian berbasis praktik (*practice-led research*) adalah bentuk investigasi original yang dilaksanakan sebagai upaya untuk mendapat wawasan baru, dimana pengetahuan tersebut sebagian didapat melalui sarana praktik dan melalui hasil dari praktik itu.

Pendekatan teoritis penelitian ini berpatok pada dua konsep utama: *Model AIDA* dalam pemasaran dan *practice-led research*. *Model AIDA* memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk memahami perjalanan konsumen dari kesadaran produk hingga tindakan pembelian. Sementara itu, *practice-led research* memandang praktik kreatif sebagai metode untuk menghasilkan wawasan dan pengetahuan yang dapat berkontribusi pada pemahaman teoritis.

#### **3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian**

Pada penelitian ini dibutuhkan partisipan yang bertujuan untuk melakukan validasi dan menilai produk awal yang dapat dijadikan bahan evaluasi untuk menghasilkan produk akhir yang sesuai. Adapun partisipan yang akan terlibat dalam penelitian ini adalah pengikut aktif atau *following* maupun pengunjung *non follow Instagram @chicknpy* yang menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi yang dapat dinilai melalui laporan *insight* platform media *Instagram*. Selain itu juga penulis melakukan sesi wawancara bersama dengan salah satu tim marketing *Chicknpy* untuk memperoleh data dan bersama-sama melakukan analisis terkait keterlibatan partisipan yang dapat dinilai berdasarkan data laporan *Insight*, yang selanjutnya

menjadi bahan untuk menganalisis apakah *motion graphic* dapat menaikkan *insight Instagram* pada media sosial *Instagram Chicknpy*. Selanjutnya, untuk tempat penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu dilaksanakan secara online melalui platform *Instagram*. Tempat pelaksanaan penelitian mencakup ekosistem digital yang terhubung dengan akun *Instagram @chicknpy*. *Motion graphic* dan konten terkait diunggah dan disajikan melalui platform tersebut untuk dapat dipantau keterlibatan interaksi *followers* dan *non-followers* di laman *instagram @chicknpy*.

### **3.3 Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2018:224) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber serta berbagai cara. Apabila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sedangkan bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), dokumentasi maupun gabungan dari ketiganya. Pada proses perancangan *Motion Graphic*, penulis perlu melakukan pengumpulan beberapa data yang menjadi dasar pendukung penulis dan referensi pada perancangan karya akhir ini. Dalam melakukan pengumpulan data menggunakan sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama yaitu Herlisa sebagai marketing unit Chicknpy. Pengumpulan data menggunakan sumber data primer ini dilakukan dengan teknik wawancara tidak terstruktur dan mendalam menyesuaikan dengan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Dan untuk mendapatkan data sekunder penulis melakukan literasi pada artikel jurnal dengan melakukan penelusuran di internet, serta mencari referensi terkait program – program serupa yang didapatkan dari penelusuran fitur *insight* pada media sosial *Instagram*.

### **3.4 Analisis Data**

Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama tim marketing Chicknpy ditemukan bahwa UMKM Chicknpy ini sebelumnya telah membuat postingan berupa desain grafis pada akun *instagram @chicknpy*. Pada postingan desain grafis di beberapa awal berdirinya akun *instagram @chicknpy* telah terjadi peningkatan yang cukup memuaskan. Akan tetapi, dari dalam tenggat beberapa bulan, terjadi stagnasi dan

bahkan penurunan *insight* yang dapat dilihat dari semakin berkurangnya like dan komentar dari setiap postingan yang diunggah. Dari hal yang terjadi tersebut terdapat hal yang menjadi evaluasi untuk postingan dari akun *instagram* @chicknpy ini, diantaranya adalah dalam akun @chicknpy terjadi kejenuhan yang disebabkan unggahan berupa desain grafis dengan konten yang terlalu membosankan dan frekuensi yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut penulis bersama dengan Tim Marketing Chicknpy, menyimpulkan bahwa dari evaluasi tersebut ingin melakukan perancangan *motion graphic*, yang bertujuan untuk menampilkan suatu hal yang berbeda, dalam mencapai peningkatan *insight* pada akun *instagram* @chicknpy.

### 3.5 Skema Perancangan



Gambar 3. 1 Skema Perancangan.  
Sumber: (Hendriyana, 2022)

#### 3.5.1 Tahapan Produksi

Metode perancangan ini mengadaptasi yang biasa digunakan dalam animasi 2D. Implementasi dilakukan untuk merancang video animasi edukatif *motion graphic* yang dibagi menjadi tiga tahap, yaitu (Santoso, 2013; I. P. Sari, 2019):

### a. Pra-produksi

Pada proses tahapan pra-produksi, terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh penulis, salah satunya yaitu dengan melakukan brainstorming dengan unit Marketing Chicknpy untuk melakukan perancangan konsep produksi *motion graphic*, yang didalamnya berupa menentukan fokus konten apa yang akan dibuat, menentukan storyboard, konsep visual apa yang akan digunakan, hingga *copywriting* dari konten *Motion Graphic* tersebut.

### b. Produksi

Pada tahapan produksi merupakan tahapan pembuatan *motion graphic* @chicknpy. Produksi dari *motion graphic* ini menggunakan software Adobe After Effect sebagai software utama pembuatan *motion graphic*. Adapun pembuatan aset-aset menggunakan software pendukung seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

### c. Pasca-produksi

Setelah tahapan produksi konten *Motion Graphic* selesai, selanjutnya yang penulis lakukan adalah melakukan pengunggahan konten *Motion Graphic* pada media sosial *Instagram* @chicknpy, dengan menambahkan *copywriting* yang telah ditentukan sejak tahap pra-produksi.

## 3.6 Jadwal Pelaksanaan Produksi

Table 3.1 Jadwal Pelaksanaan Produksi

No.	Tahap	Bulan											
		Septem ber		Oktober				November				Desember	
1.	Perancangan Konsep												
2.	Proses Desain Grafis												

No.	Tahap	Bulan											
		Septem ber		Oktober				November				Desember	
3.	Proses Produksi <i>Motion Graphic &amp; Revisi</i>												
4.	Melakukan Unggahan Pada Akun <i>Instagram @chicknpy</i>												
5.	Observasi <i>Insight Postingan Motion Graphic Pada Akun Instagram @chicknpy</i>												