

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode *mix method* dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian (Sugiyono, 2016). Fokus utama dalam perancangan penelitian ini adalah menghasilkan karya kreatif sebagai bagian dari penelitian, dengan menggunakan pendekatan *Practice-led Research*. Penelitian Penciptaan Karya *Practice-led Research* berfokus pada penciptaan karya melalui riset praktik langsung. Penelitian menggunakan metode ini disebut sebagai perancangan karya. Karakteristik utama dari pendekatan ini meliputi: proses kreatif yang ilmiah, berfokus pada masalah di lapangan, serta objek penelitian yang belum ada sebelumnya. Selain itu, ide, konsep, dan aktivitas yang terjadi selama proses penciptaan karya dapat dievaluasi oleh berbagai elemen yang relevan. Tahapan yang dilakukan dalam pendekatan ini meliputi: tahap persiapan, tahap mengimajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan, dan hasil karya (Hendriyana, 2021). *Practice-led Research* juga merupakan sebuah pendekatan penelitian yang mengintegrasikan praktik, metode, dan hasil kreatif ke dalam desain penelitian sekaligus menjadi bagian dari hasil akhir dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Tahapan *Practice-led Research*

Berdasarkan tahapan-tahapan pendekatan *Practice-led Research*, berikut adalah pemaparan dari setiap tahapan tersebut.

3.1.1 Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan, peneliti mengumpulkan data awal untuk memperkuat tujuan penelitian dengan melakukan wawancara dan observasi langsung di PT. Rumah Publikasi Indonesia. Dimana proses wawancara dilaksanakan dengan manajer dari RPI Press PT. Rumah Publikasi Indonesia Bapak Muh Abdul Latif M.Pd. melalui Google Meeting, dan Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. selaku CFO (Chief Financial Officer) di kantor PT. Rumah Publikasi Indonesia. Selain itu, peneliti mencari sumber rujukan dari buku, jurnal, dan internet sebagai landasan dalam proses pembuatan *video company profile*. Peneliti juga melakukan observasi langsung ke perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia ditemani oleh Bapak Muh Abdul Latif M.Pd. selaku manajer RPI Press. Didapatkan data dan gambaran umum sebagai pertimbangan dalam mengemas *video company profile* sesuai dengan visi, misi, dan citra dari perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia.

3.1.2 Tahap Mengimajinasi

Tahap mengimajinasi adalah tahapan kedua dalam metode *Practice-led Research*, dimana peneliti mulai menyusun skenario atau *storyline* dan membuat gambaran dalam pembuatan video yaitu *storyboard*.

1) Skenario atau *Storyline*

Storyline adalah urutan atau rangkaian peristiwa yang membentuk sebuah alur cerita dalam sebuah karya berbentuk video, film, dan lainnya. Elemen-elemen yang terdapat dalam *storyline* yaitu, plot, karakter, cerita, dan pengembangan cerita yang digunakan untuk membuat narasi lebih variatif membuat penonton terhibur. *Storyline* merupakan pola dasar yang membuat penonton atau pembaca dengan mudah memahami cerita yang diceritakan (Ajeng et al., 2024).

Peneliti menyusun *storyline* dengan mengacu pada berbagai sumber data perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia, media sosial perusahaan, dan internet. Peneliti merangkai berbagai peristiwa penting di PT. Rumah Publikasi Indonesia, dimulai dengan menceritakan sejarah terbentuknya perusahaan, visi dan misi, program-program, prestasi yang telah diraih, pandangan dari petinggi-petinggi

perusahaan, testimoni dari beberapa orang yang pernah mengikuti kegiatan di PT. Rumah Publikasi Indonesia, hingga media partner dan media publisher yang mendukung serta bekerja sama dengan perusahaan.

2) *Storyboard*

Storyboard adalah sebuah konsep yang dibuat oleh seorang sutradara klip dalam menuangkan imajinasinya dengan gambar-gambar yang dibuat dengan visual yang bercerita berisi gagasan inovatif untuk diberikan kepada produser atau klien sebagai gambaran cerita. *Storyboard* juga dapat dikatakan sebagai pegangan atau panduan selama proses syuting video. Kemudian *storyboard* dapat membantu tugas seorang editor menjadi lebih mudah dan teratur untuk menyesuaikan segmen per segmen, suara, dan efek (Askurifai, 2009).

Pada bagian ini peneliti menggambarkan naskah secara rinci dalam bentuk visual lengkap dengan teknik pengambilan gambarnya. Peneliti membuat visualisasi dari *storyline* menjadi *storyboard* secara berurutan.

3.1.3 Tahap Pengembangan Imajinasi

Tahap pengembangan imajinasi peneliti melakukan pembentukan dan penyempurnaan konsep berdasarkan evaluasi dan eksplorasi sebelumnya kepada jajaran petinggi-petinggi di PT. Rumah Publikasi Indonesia seperti Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. selaku CFO (Chief Financial Officer) dan Bapak Muh. Abdul Latif, M.Pd. selaku Manager RPI Press, tentunya berdiskusi bersama dengan dosen pembimbing penelitian. Kemudian mulai mengimplementasikan konsep yang sudah dibuat dalam proses pengerjaan pengambilan gambar dan perekaman audio di PT. Rumah Publikasi Indonesia. Dalam proses pengerjaan ini peneliti membutuhkan beberapa *software* diantaranya sebagai berikut:

1) *Hardware*

a. Laptop

Selama proses perancangan video *company profile*, peneliti menggunakan Lenovo Windows 10 Enterprise, RAM 4.00 GB, Processor AMD A4-9125 RADEON R3, 4 COMPUTE CORES 2C+2G 2.30 GHz, sebagai alat penunjang *editing video*, pencarian referensi, hingga proses penulisan. (Sumber: Laptop Media).



Gambar 3. 2 Laptop Lenovo AMDA A4

b. Kamera

Dalam pengambilan gambar dalam proses *shooting* peneliti menggunakan kamera untuk mendukung hasil yang sesuai. Peneliti memilih kamera Canon 600D dilengkapi dengan lensa kit 18-55 mm. (Sumber: id.canon).



Gambar 3. 3 Canon 600D dan Lensa KIT 18-55 mm

c. Lighting

Proses pengambilan gambar memerlukan cahaya yang cukup untuk memenuhi hasil yang memuaskan. Peneliti menggunakan pencahayaan dari lampu philips smart 9watt dan Softbox Taff Studio dalam menunjang proses *shooting*. (Sumber: Jakmall.com).



Gambar 3. 4 Philips Smart Lamp 9W dan Softbox Taff Studio

d. Sound

Proses perekaman gambar juga memerlukan perekaman suara. Peneliti menggunakan Boya Shotgun Mic BY-MM1 dan Soundtech Lavalier untuk menghasilkan suara yang berkualitas tinggi dan jernih. (Sumber: Amazon.com).



Gambar 3. 5 Boya Shotgun Mic BY-MM1 - Soundtech Lavalier

e. Tripod

Tripod merupakan salah satu perlengkapan perekaman gambar yang penting. Tripod atau dikenal juga kaki tiga memiliki fungsi dan tujuan untuk menahan getaran pada kamera saat proses *shooting* (Setiadi, 2017). (Sumber: Amazon.com).



Gambar 3. 6 Inbex 170 cm dan Tripod lampu Ez Satand Light Stand Studio

f. Light Reflector

Light Reflector adalah alat yang digunakan dalam pengambilan gambar untuk memantulkan cahaya ke area atau objek tertentu. Bertujuan untuk mengatur pencahayaan, mengurangi bayangan, dan menambahkan *highlight* pada objek. (Sumber: Amazon.com).



Gambar 3. 7 Light Reflector

g. Clapper Board

Clapper board adalah alat yang mempermudah dalam proses pengambilan gambar, digunakan untuk menyinkronkan gambar dan suara selama proses pengeditan video agar sesuai dengan proses produksi sebelumnya. (Sumber: Jakarta Notebook).



Gambar 3. 8 Clapper board

h. Memory Card

Memory card adalah sebuah kartu yang berfungsi untuk menyimpan hasil dari pengambilan gambar yang telah dilakukan saat proses *shooting*. (Sumber: Amazon.com).



Gambar 3. 9 Memory card

2) Software

a. Adobe Illustrator

Menurut (Semuil Tjiharjadi, 2006) Adobe Illustrator adalah perangkat lunak pengolah gambar yang berbasis vektor. Gambar vektor terbentuk dari garis dan kurva. Karakteristik dari gambar vektor adalah kemampuannya untuk diperbesar tanpa kehilangan detail, sehingga kualitas gambar tetap baik (Wijaya, 2016). (Sumber: Apps Apple)



Gambar 3. 10 Logo Adobe Illustrator

b. Adobe Premiere Pro 2019

Adobe Premiere Pro adalah program penyunting video yang dilengkapi dengan timeline dikembangkan oleh Adobe systems. Software ini dinilai lebih nyaman, professional, dan memiliki fitur editing yang lengkap cocok digunakan dalam proses pengeditan video (Zulkarnain & Kurniawan, 2023). (Sumber: Logo Wine)



Gambar 3. 11 Logo Adobe Premiere Pro 2019

3.1.4 Tahap Pengerjaan

Tahap pengerjaan peneliti mulai melakukan proses editing yang mencakup beberapa langkah dimulai dari admin data, kemudian mengimpor video ke dalam *software* Adobe Premiere Pro 2019. Selanjutnya, peneliti akan menambahkan memasukan efek, transisi, teks, gambar, serta mengintegrasikan video yang telah diperoleh dari proses pengambilan gambar sebelumnya.

3.1.5 Hasil Karya

Pada tahap terakhir ini, *video company profile* yang telah dirancang dan disetujui oleh Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. selaku CFO (Chief Financial Officer) dan disetujui pula oleh Cep Ubad Abdullah M.Pd. selaku direktur di PT. Rumah Publikasi Indonesia, yang sebelumnya sudah melewati uji kelayakan oleh para ahli dan responden. Selanjutnya, akan didistribusikan melalui platform media

sosial yaitu Youtube. Youtube adalah platform populer mudah diakses oleh semua pengguna internet, sehingga menjadi sumber yang berharga untuk mendapatkan informasi (Chai et al., 2024).

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Partisipan dalam penelitian berdasarkan pedoman UPI tahun 2021 adalah bagian menjelaskan partisipan-partisipan yang terlibat secara langsung dalam penelitian, meliputi subjek manusia sebagai sumber pengumpulan data. Tempat penelitian adalah lokasi atau lingkungan terlaksananya penelitian. Penelitian ini melibatkan partisipan dari ahli materi, ahli media, dan responden. Tempat penelitian dilaksanakan di kantor perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia yang berlokasi di Jl. Chrysant No. 37, Ciwaruga, Kecamatan. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat, Kode pos 40559.

3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi, dan angket yang disampaikan kepada para ahli dan responden. Pengukuran data dalam mengelola data angket menggunakan skala likert untuk mengolah hasil data responden. Menurut (Sugiyono, 2016) skala Likert mampu mengukur persepsi, pendapat, dan sikap individu atau kelompok dalam suatu fenomena sosial. Pengujian alpha (*alpha test*) dilakukan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh ahli media dan ahli materi, setelah itu dilanjutkan melakukan pengujian beta (*beta test*) yang melibatkan penggunaan akhir oleh para responden.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui data atau studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti (Hadi, 1986). Wawancara dapat dilaksanakan secara terstruktur dimana peneliti sudah mengetahui data-data yang akan ditanyakan, sementara ada pula wawancara tidak terstruktur atau bebas dimana peneliti tidak memakai pedoman dalam penelitian dan tidak sistematis dalam pengumpulan datanya, pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan-pertanyaan garis besar.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara bebas atau tidak terstruktur dimana peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan-pertanyaan

pemantik yang kemudian dikembangkan seiring berjalannya proses wawancara. Dalam pelaksanaannya peneliti menerapkan anggapan-anggapan yang harus diterapkan berdasarkan buku yang ditulis oleh (Hadi, 1986). Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya:

1) Muh. Abdul Latif, M.Pd. selaku Manager RPI Press

Bapak Muh. Abdul Latif, M.Pd. yang menjabat sebagai manajer RPI Press bidang publikasi di PT. Rumah Publikasi Indonesia beliau menjelaskan bahwa *video company profile* memiliki kemampuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai sebuah perusahaan. Video tersebut mampu menjelaskan visi, misi, sejarah, dan program-program yang sedang dijalankan, yang dapat meningkatkan ketertarikan audiens terhadap perusahaan. Hal ini dianggap sebagai elemen penting di PT. Rumah Publikasi Indonesia karena dengan adanya *video company profile* mampu membantu meningkatkan minat dan ketertarikan audiens, relasi bisnis, dan direksi terhadap perusahaan. Di PT. Rumah Publikasi Indonesia profil perusahaan sendiri masih disajikan dalam bentuk PowerPoint atau PDF yang mengakibatkan PT. Rumah Publikasi Indonesia kesulitan dalam memperkenalkan gambaran perusahaan, program, visi, dan misi kepada konsumen, relasi, maupun direksi.

2) Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. selaku CFO (Chief Financial Officer)

Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. selaku CFO (Chief Financial Officer) mengungkapkan bahwa *video company profile* perusahaan merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh PT. Rumah Publikasi Indonesia. Saat ini, PT. Rumah Publikasi Indonesia belum memiliki profil perusahaan dalam format video. Dalam era digital ini, kita harus beradaptasi dengan kebiasaan audiens lebih sering mengakses internet untuk mendapatkan sumber informasi terutama konten video. Hal ini akan memudahkan calon relasi, direksi, dan mitra di berbagai wilayah untuk memperoleh informasi mengenai PT. Rumah Publikasi Indonesia, menjadikannya media informasi yang lebih efektif dan relevan dengan kondisi saat ini.

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus. Observasi ini berkaitan erat dengan proses kerja, perilaku manusia, dan gejala. Observasi berdasarkan proses pelaksanaannya dibedakan menjadi dua yaitu observasi berperan serta dan observasi non partisipan. Observasi

berperan serta adalah proses observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengamati kegiatan sehari-hari dari objek penelitian. Sementara observasi non partisipan adalah kegiatan yang tidak mengharuskan peneliti terlibat langsung dengan kegiatan yang sedang diamati, peneliti ditempatkan sebagai pengamat mandiri (Sugiyono, 2014).

Dalam pelaksanaannya teknik pengumpulan data observasi peneliti menggunakan observasi non partisipan dimana peneliti mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek secara mandiri tidak terlibat langsung dengan kegiatan di PT. Rumah Publikasi Indonesia.

3.3.3 Lembar Validasi Materi

Lembar validasi materi digunakan sebagai instrumen penilaian yang diberikan kepada ahli materi yang sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman dengan baik mengenai PT. Rumah Publikasi Indonesia.

Tabel 3. 1

Kisi-kisi Instrumen Validasi Materi

Diadaptasi dari Instrumen Penilaian (Reiser et al., 2022)

Aspek yang dinilai	
Materi	Menjelaskan sejarah, visi, dan misi PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Menjelaskan program kerja yang ditawarkan PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Menjelaskan tentang manfaat yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat
	Menjelaskan keunggulan, sertifikasi, dan prestasi yang dimiliki PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Menjelaskan tentang Sumber Daya Manusia (SDM) PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Menjelaskan tentang identitas perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia
Bahasa	Kemudahan memahami bahasa dalam <i>video company profile</i> PT. Rumah Publikasi Indonesia

Aspek yang dinilai	
	Kesesuaian bahasa dengan tingkat berpikir audiens
Penyajian	Kesesuaian desain yang ditampilkan
	Video menampilkan sambutan dari pimpinan PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Kesesuaian <i>backsound</i> /audio/ <i>voice over</i>

(Reiser et al., 2022)

3.3.4 Lembar Validasi Media

Lembar validasi media digunakan sebagai instrumen penilaian yang diberikan kepada ahli media yang sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang perancangan video *company profile*.

Tabel 3. 2

Kisi-kisi Instrumen Validasi Media

Diadaptasi dari Instrumen Penilaian (Nurfadhila & Khotimah, 2022)

Aspek yang dinilai	
Kualitas Resolusi	Kualitas video jernih dan layak untuk dipertontonkan
Kualitas Sajian Media	Suara <i>voice over</i> sudah jelas
	Pemberian <i>effect</i> sudah tepat
	Teknik pengambilan gambar sudah tepat
	Pemilihan warna sudah sesuai
	Tata letak yang ditampilkan sudah sesuai
	Teknik pengambilan gambar sudah konsisten
Penyajian	Pemberian <i>backsound</i> sudah konsisten
	Tampilkan kata sudah konsisten
	Kesesuaian desain yang ditampilkan
Fungsi dan Manfaat	Kesesuaian <i>backsound</i> /audio/ <i>voice over</i>
	Video <i>company profile</i> dapat membantu mengenalkan perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia kepada masyarakat
	Video <i>company profile</i> mudah dipahami

Aspek yang dinilai	
Daya Tarik	Video <i>company profile</i> yang dibuat menarik untuk dipublikasikan
Durasi	Durasi video <i>company profile</i> sudah sesuai dengan durasi maksimal yang ditentukan

(Nurfadhila & Khotimah, 2022)

3.3.5 Lembar Angket Responden

Lembar angket responden digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dari audiens yaitu calon mitra PT. Rumah Publikasi Indonesia mengenai video profil perusahaan. Angket ini dirancang dengan skala Likert untuk memudahkan responden memberikan jawaban sesuai tingkat persetujuan mereka. Peneliti mendistribusikan angket menggunakan metode *probability sampling*. Metode pengambilan sampel ini memberikan peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2019). Data yang dikumpulkan mencakup tanggapan mengenai kejelasan pesan yang disampaikan dalam video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia, mengenai informasi tentang profil PT. Rumah Publikasi Indonesia, dan melihat efektivitas video dalam membangun citra perusahaan. Dalam penelitian ini, sebanyak 20 hingga 40 responden dipilih dari mahasiswa dan dosen di Indonesia dengan rentang usia 19 hingga 65 tahun.

Tabel 3. 3

Kisi-kisi Angket Responden

Diadaptasi dari Instrumen Penilaian (Sutrisman et al., 2019)

Aspek yang dinilai	
Aspek Materi	Informasi dari video <i>company profile</i> PT. Rumah Publikasi Indonesia ini mudah dipahami
	Jumlah informasi yang diberikan sudah lengkap
	Informasi ini membuat responden tertarik untuk mengikuti program di PT. Rumah Publikasi Indonesia
Aspek Media	Gambar/grafis dalam video ini mudah dipahami
	Pemilihan warna dalam video ini sudah tepat
	Pemilihan tipografi (teks) sudah tepat
Aspek Audio	Pelafalan narator dapat terdengar dengan jelas

Aspek yang dinilai	
	<i>Backsound</i> musik dalam video sudah sesuai dengan isi konten
Aspek Penyajian	Video ini membantu responden mengetahui profil perusahaan dari PT. Rumah Publikasi Indonesia
	Video ini menarik sehingga layak untuk dipublikasikan

(Sutrisman et al., 2019)

3.4 Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis data kuantitatif untuk mengevaluasi data yang diperoleh dari ahli materi dan ahli media dengan menggunakan skala Likert untuk merangkum data statistik secara teratur, Berfungsi sebagai tolak ukur untuk menilai efektivitas video *company profile* dalam membangun citra perusahaan PT. Rumah Publikasi Indonesia. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang (Sugiyono, 2019). Data hasil uji kelayakan penelitian ini diambil dari validasi ahli dan angket responden. Dalam menghitung skor kelayakan, data dibandingkan dengan skor ideal dan dinormalisasi dengan mengalikan 100%. Jumlah skor dari semua data angket dijumlahkan dan diubah menjadi persentase, dengan keterangan sebagai berikut (Muazzomi, 2017):

$$Ps = F/N \times 100\%$$

Ps : Persentase

F : Jumlah Skor Uji Coba

N : Jumlah Skor Maksimal

3.4.1 Analisis Data Pengujian Alpha

Pada pengujian Alpha, peneliti memberikan instrumen penelitian kepada para ahli untuk menilai video *company profile* yang telah dibuat untuk PT. Rumah Publikasi Indonesia. Hasil penilaian para ahli kemudian dianalisis dan dihitung persentasenya menggunakan skala Likert sesuai dengan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya.

Tabel 3. 4
Kategori Skor Alpha

Skor Rata-rata (%)	Keterangan
0 – 19,99%	Tidak Layak
20 – 39,99%	Kurang Layak
40 – 59,99%	Cukup Layak
60 – 79,99%	Layak
80 – 100%	Sangat Layak

(Raharja et al., 2018)

3.4.2 Analisis Data Pengujian Beta

Pada tahap pengujian Beta, peneliti memberikan instrumen penelitian kepada audiens sebagai target pasar PT. Rumah Publikasi Indonesia, yaitu mahasiswa dan dosen, untuk mengumpulkan respon mereka mengenai video *company profile* yang telah dibuat. Dengan hasil pengujian dianalisis menggunakan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya dan diukur dengan Skala Likert.

Tabel 3. 5
Kategori Skor Beta

Skor Rata-rata (%)	Keterangan
0 – 19,99%	Tidak Layak
20 – 39,99%	Kurang Layak
40 – 59,99%	Cukup Layak
60 – 79,99%	Layak
80 – 100%	Sangat Layak

(Raharja et al., 2018)