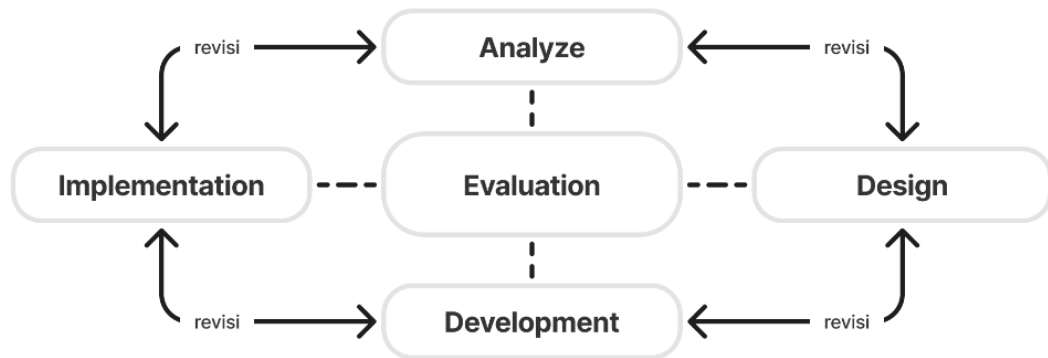


BAB III METODE PENELITIAN

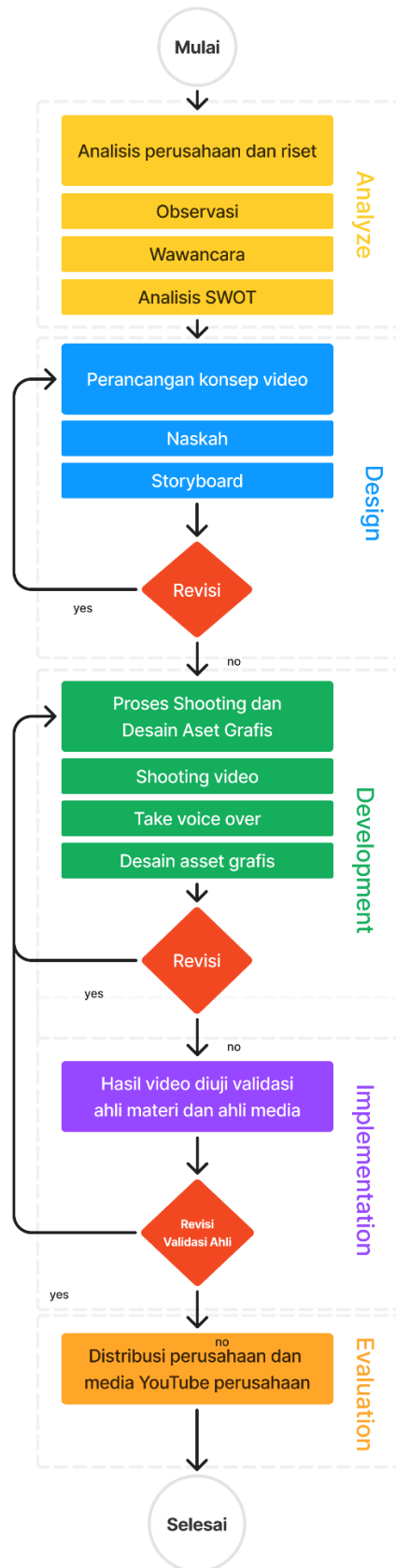
3.1 Metode dan Desain Penelitian



Gambar 3. 1 Metode Model ADDIE

Metode penelitian dalam perancangan ini menggunakan metode model ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*). Model ADDIE dalam Nurrohmah (2018) merupakan model prosedur pengembangan terutama dalam pengembangan perangkat pembelajaran yang efektif dan dapat mendukung dalam proses kinerja perancangan itu sendiri. Tahapan model ADDIE terdiri dari 5 tahapan yang tergambar dalam sebuah alur (*flowchart*) pada tabel 3.2. *Flowchart* perancangan video *company profile* AGAVILab ini berisikan tahapan alur pengerjaan yang mencakup keseluruhan tahap mulai dari tahap awal perancangan hingga pengevaluasian dari proses pembuatan media itu sendiri.

Penyajian hasil rancangan dalam penelitian ini menggunakan metode campuran *mixed method*. Penelitian *mixed method* ini berupa gabungan dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Metode *mixed method research* (MMR) dalam Masrizal, M. (2012) merupakan metode penelitian yang dalam pengaplikasiannya memiliki tahapan pengujian dalam hasil dan prosesnya, namun dalam penjabarannya perlu dideskripsikan secara kualitatif dan mendalam. Dalam penjabaran kualitatif ini juga dilakukan dengan melakukan penyelidikan, penemuan, dan analisis suatu hal yang ditemukan berdasarkan fakta atau fenomena lapangan yang dijabarkan secara deskriptif (Moloeng, 2007).



Gambar 3. 2 *Flowchart* Perancangan Model ADDIE

1. Tahap Analisis (*Analysis*)

Tahap awal dalam perancangan model ADDIE adalah tahapan analisis terhadap kebutuhan dari penelitian yang akan dirancang dengan tujuan penelitian yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran. Pada proses ini dilakukan proses pengambilan data dan riset berupa analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*), observasi yang peneliti lakukan pada awal penelitian untuk mengetahui permasalahan yang ada di lapangan, khususnya pada data-data yang berkaitan dengan topik yang diteliti peneliti. Kemudian dilanjutkan dengan wawancara untuk validasi data dan konfirmasi penelitian.

2. Tahap Perencanaan (*Design*)

Tahap perencanaan atau *design* dalam penelitian ini disesuaikan dengan proses perngkonsep perancangan video sesuai dengan tahapan analisis yang telah dikonsept. Dalam perancangan video *company profile* ini peneliti melakukan perancangan naskah atau *script* dan perancangan *storyboard* sebagai acuan dari tahap perancangan video *company profile*.

3. Tahap Pengembangan (*Development*)

Tahap pengembangan atau *development* ini berupa tahap perancangan video berupa pematangan konsep sebagai hasil evaluasi dan perbaikan atau peningkatan nilai dari pokok permasalahan yang diketahui. Dalam perancangan video *company profile* ini, tahapan yang dilakukan peneliti adalah melakukan perekaman video (*shooting*) dan perekaman audio (*voice over*) berdasarkan konsep naskah dan *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya. Setelah melakukan perekaman, hasil video tersebut dilakukan proses *editing* dan *rendering*. Hasil video tersebut kemudian divalidasi video kepada ahli materi kepada perusahaan dan media kepada ahli media audio visual. Hasil dari validasi tersebut kemudian dilakukan proses revisi sesuai dengan masukan atau *feedback* yang didapatkan.

4. Tahap Implementasi (*Implementation*)

Tahap implementasi berupa perancangan video telah valid dan layak, maka video *company profile* ini maka video tersebut diimplementasikan melalui tahapan

distribusi ke perusahaan untuk disebarakan pada media yang dimiliki oleh perusahaan yakni media YouTube.

5. Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Tahap evaluasi tersebut dilakukan berdasarkan hasil dari tahapan implementasi berdasarkan hasil respon terhadap video yang telah diunggah berupa hasil tontonan, jumlah menyukai, *engagement rate*, dan komentar berupa tanggapan dari audiens YouTube AGAVILab.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang melalui pengamatan secara sistematis maupun tidak sistematis, logis, objektif, dan rasional berdasarkan fenomena yang ada untuk mencapai tujuan tertentu (Arifin, 2011). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi di lingkungan PT Agritama Sinergi Inovasi yang berlokasi di Jl. Sangkuriang No. C-2, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Setelah mendapatkan data observasi, peneliti juga melakukan validasi dan konfirmasi terkait rencana penelitian sekaligus menggali data lebih dalam kepada pihak PT Agritama Sinergi Inovasi.

3.2.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi antara dua pihak yakni narasumber dan pewawancara yang dilakukan secara bertatap muka (*face-to-face*) (Fadhalah, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada Lili Nailufhar, S.Pd., M.Si., selaku *chief of Innovation and Product* sekaligus penanggungjawab dari unit bisnis AGAVILab. Teknik wawancara yang peneliti lakukan yakni dengan wawancara secara mendalam atau *in-depth interview*, wawancara yang dilakukan melalui cara mengajukan pertanyaan dan narasumber menjawab pertanyaan. Ciri dari metode pengumpulan data wawancara ini adalah kegiatan tanya jawab yang dapat dilakukan tanpa pedoman tertentu dan hanya berfokus pada masalah yang digali lebih dalam (Rahmat, 2009). Wawancara mendalam ini dilakukan secara tidak

terstruktur (*unstructure* interview) dengan pertanyaan yang terbuka dimana peneliti dapat mengembangkan pertanyaan berdasarkan studi kasus yang sedang diwawancarai (Yona, 2006).

3.2.3 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat)

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat*) merupakan teknik pengumpulan data dalam strategi perusahaan dengan cara melihat kondisi perusahaan dan lingkungan sekitar, baik internal maupun eksternal (Sulistiani, 2014). Analisis SWOT terdiri dari *strength* atau kelebihan dari objek penelitian tersebut, *weakness* atau kelemahan dari objek penelitian, *opportunities* atau peluang yang dimiliki oleh objek penelitian, dan *threats* atau ancaman pada objek yang diteliti.

3.2.4 Validasi Materi

Lembar validasi materi berisi penilai atau *judgment* sebagai instrumen dalam penilaian untuk memvalidasi materi pada video yang telah dirancang kepada ahli materi yang berkompeten dan memiliki pengetahuan mengenai AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi.

Tabel 3. 1
Kisi-kisi Instrumen Validasi Materi
Adaptasi Instrument Penilaian (Reiser et al., 2022)

| Aspek Penilaian | |
|-----------------|--|
| Materi | Menjelaskan tentang sejarah, visi, dan misi AGAVILab sebagai salah satu unit bisnis dari PT Agritama Sinergi Inovasi |
| | Menjelaskan tentang produk dan layanan yang ditawarkan AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi |
| | Menjelaskan tentang manfaat yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat |
| | Menjelaskan tentang Sumber Daya Manusia (SDM) AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi |
| | Menjelaskan tentang Sumber Daya Manusia (SDM) AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi |
| Bahasa | Kemudahan memahami bahasa dalam video <i>company profile</i> AGAVILab |
| | Kesesuaian bahasa dengan tingkat berpikir audiens |
| Penyajian | Kesesuaian desain yang ditampilkan |

| Aspek Penilaian | |
|-----------------|--|
| | Video menampilkan sambutan dari pimpinan AGAVILab |
| | Kesesuaian backsound/audio /voice over dalam video <i>company profile</i> AGAVILab |

(Reiser et al., 2022)

3.2.5 Validasi Media

Lembar validasi media berisi penilai atau *judgment* sebagai instrumen dalam penilaian untuk memvalidasi media berupa video yang telah dirancang kepada ahli media yang berkompeten tentang perancangan video *company profile*.

Tabel 3. 2
Kisi-kisi Instrumen Validasi Media
Adaptasi Instrument Penilaian (Nurfhadhila & Khotimah, 2022)

| Aspek Penilaian | |
|---------------------------|---|
| Kualitas Resolusi Video | Kualitas video sudah layak tayang |
| Kualitas Penyajian Media | Audio <i>voice over</i> sudah terdengar dengan jelas |
| | Penggunaan <i>effect</i> yang terdapat dalam video sudah tepat |
| | Teknik pengambilan gambar dalam video sudah tepat |
| | Pemilihan warna dalam video sudah sesuai |
| | <i>Layout</i> dalam penyajian video sudah sesuai |
| | Teknik pengambilan gambar dalam video sudah konsisten |
| | Pemilihan audio <i>backsound</i> pada video sudah sesuai |
| Fungsi dan Kebermanfaatan | Video <i>company profile</i> AGAVILab dapat membantu mengenalkan AGAVILab kepada <i>client</i> , calon <i>client</i> , dan masyarakat |
| | Video <i>company profile</i> AGAVILab mudah dipahami |
| Daya Tarik | Video <i>company profile</i> AGAVILab yang telah dibuat sudah menarik dan layak dipublikasikan |
| Durasi | Durasi dalam video <i>company profile</i> AGAVILab sudah sesuai |

(Nurfhadhila & Khotimah, 2022)

3.2.6 Perhitungan Validasi

Validasi atau uji kelayakan pada produk menggunakan angket dari instrumen validasi materi dan media menggunakan angket dengan skala *Likert* yakni dengan bobot atau skor 1-5 (Pranatawijaya et.al, 2019). Bobot atau skor 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Kurang Setuju, 2 = Tidak Setuju, 1 = Sangat Tidak Setuju dengan rumus perhitungan dalam Maryuliana et.al (2016) sebagai berikut.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Nilai Perolehan Skor}}{\text{Nilai Skor Terbesar}} \times 100$$

Kelayakan produk tersebut dapat dikategorikan layak atau tidak layak melalui perolehan persentase perhitungan skor lebih dari atau sama dengan 61% dengan rentang indeks validitas dalam Pradana & Mawardi (2021) sebagai berikut.

Tabel 3. 3
Rentang Indeks Validitas

| No | Interval | Kategori |
|----|------------|---------------|
| 1 | 81% - 100% | Sangat Tinggi |
| 2 | 61% - 81% | Tinggi |
| 3 | 41% - 60% | Cukup |
| 4 | 21% - 40% | Rendah |
| 5 | 0% - 20% | Sangat Rendah |