BAB III
METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang diterapkan dalam pembuatan video promosi ini menggunakan metode perancangan atau penciptaan karya PLR (*Practice-led Research*). Metode ini berfokus pada praktik kreatif dalam proses penciptaan karya serta menggunakannya sebagai alat untuk menciptakan wawasan dan pengetahuan yang baru. Made Suarpradana dan rekan (2025) menjelaskan bahwa metode *practice-led research* merupakan metode yang digunakan untuk perancangan atau penciptaan sebuah karya baru yang di tulis secara ilmiah dengan fokus kepada proses penciptaan karya seni. Metode *practice-led research* merupakan pendekatan yang dapat menggabungkan antara praktif kreatif, metode kreatif dan hasil kreatif yang menjadi sebuah desain penelitian serta sebagai dari hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Metode *practice-led research* memiliki beberapa karakteristik sebagaimana yang dijelaskan oleh (Hendriyana, 2021) diantaranya sebagai berikut:

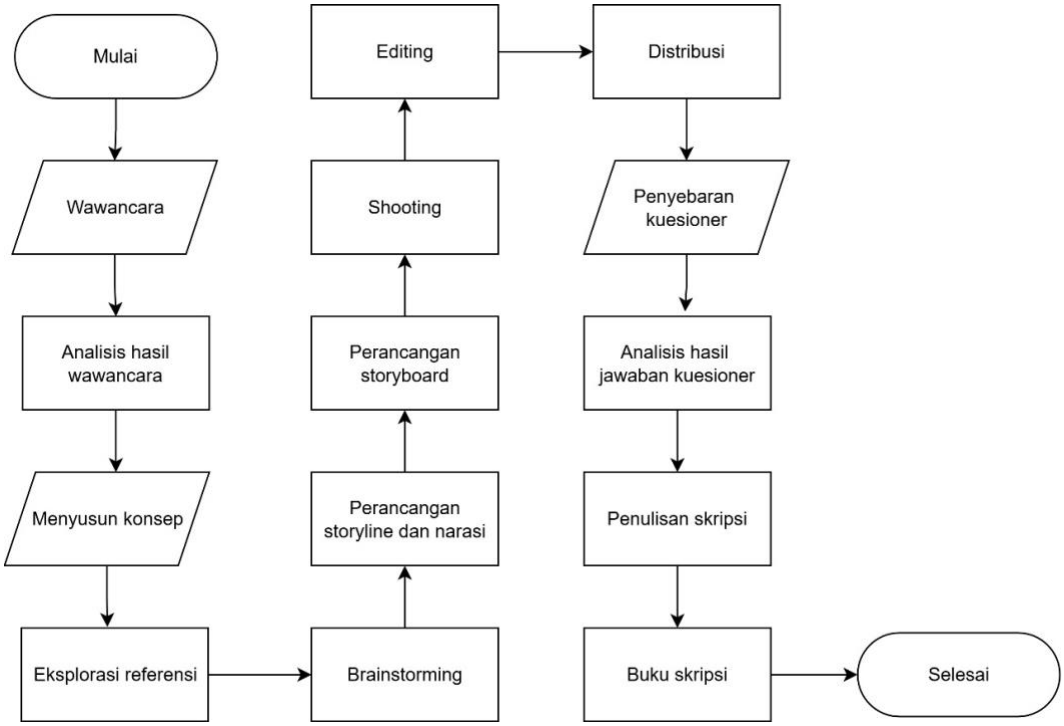
1 Fokus metode ini terdapat pada praktik proses penciptaan karya yang dituangkan dalam tulisan ilmiah serta di deskripsikan secara rinci pada setiap tahapan mulai dari persiapan hingga hasil karya tercipta.
2 Mengangkat isu atau permasalahan yang terjadi dalam ruang lingkup di masyarakat.
3 Berfokus dengan penciptaan karya baru berdasarkan hasil riset praktik karya seni yang dilakukan.

Pada metode ini pun tidak memerlukan validasi dari ahli, karena nilai dari karya tersebut sudah terdapat dalam proses penciptaannya. Hal tersebut memberikan kebebasan terhadap peneliti dalam mengeksplorasi serta berinovasi tanpa ada batasan (Arnold, 2012). Dengan penjelasan inti yang dapat diartikan yaitu seluruh prosedur yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah (Murwanti, 2017). Lalu untuk mendeskripsikan hasil penelitian secara menyeluruh, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data open coding, axial coding dan selective

Dimas Ihsanuddin Ash Showali, 2025
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI UNTUK MEMPERKUAT CITRA PRODI PGSD UPI CIBIRU
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

coding. Sebagaimana yang dijelaskan (Sugiyono, 2013) kualitatif deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang berdasar pada filsafat postpositivisme dengan tujuan untuk mempelajari respon alami dari objek penelitian. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan sebuah karya baru melalui praktik penelitian yang dirancang untuk mencapai tujuan penelitian.

Adapun tahapan yang peneliti lakukan yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur penelitian

1.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang cukup strategis untuk mendapatkan informasi atau data penelitian yang valid serta mendukung dalam penelitian (Daruhadi & Sopiati, 2024). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan studi literatur, dari jurnal, buku atau artikel, wawancara, dan kuesioner. Data yang dihimpun pada penelitian ini diperoleh dari beberapa tahapan yang telah di lakukan sebagai berikut:

1.2.1 Studi Literatur

Teknik studi literatur ini bertujuan agar memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi atau data yang terkait dengan penilitian melalui sumber jurnal, buku dan artikel (Snyder, 2019).

1.2.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data secara langsung yang digunakan untuk memperoleh data dengan terperinci mengenai subjek yang kompleks. Teknik ini memberikan fleksibilitas untuk memberikan pertanyaan tambahan serta dapat untuk lebih memahami secara mendalam respon dari audiens (Romdona dkk., 2025).

1.2.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan susunan pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dapat dijawab. Pada teknik kuesioner ini memiliki 3 jenis yaitu kuesioner terbuka, terttutup, semi terstrukur. Pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner terbuka untuk memperoleh jawaban dari responden dengan skala besar. (Hartono, 2018).

1.3 Proses Perancangan Karya

Proses perancangan karya pada penelitian ini menerapkan konsep *Pre-factum, Practice-led Research* (Hendriyana, 2021) yang diantaranya terdapat beberapa tahapan sebagai berikut:

1.3.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini mengharuskan peneliti untuk mencari data lewat wawancara melalui pengisian form *project brief* terhadap pihak dari program studi PGSD, lalu selanjutnya di lakukan analisis terhadap data-data yang berkaitan dengan masalah mengenai video promosi serta fokus terhadap data-data yang dibutuhkan pada penelitian. Hasil data yang didapatkan lalu dilakukan analisis dan mendapatkan gagasan untuk dijadikan sebagai fokus

dari penelitian “Perancangan Video Promosi untuk memperkuat citra Program Studi PGSD UPI Cibiru”.

1.3.2 Tahap Mengimajinasi

Proses tahapan pengimajinasian ini dilakukan peneliti untuk menyusun konsep ide video promosi yang disesuaikan dengan hasil jawaban dari *project brief* yang telah di berikan terhadap pihak program studi PGSD. Selanjutnya dilakukan eksplorasi bentuk visual dengan tujuan untuk memberikan gambaran terhadap susunan konsep yang di buat, eksplorasi dilakukan pada beberapa platform seperti youtube, eyecandy.com, spectacle.is, dan shootdeck dalam upaya untuk mencari referensi bentuk visual sebanyak mungkin serta sesuai. Peneliti secara aktif menuangkan ide kreatif ke dalam konsep yang di diskusikan bersama tim, serta dapat memunculkan pengembangan bentuk visual yang sesuai dengan nilai-nilai program studi PGSD serta target audiens.

1.3.3 Pengembangan Imajinasi

Tahap perancangan konsep sudah melalui tahap fiksasi, selanjutnya di lakukan proses pengembangan imajinasi yang mencakup ke dalam pembuatan naskah, storyboard dan shootlist. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas pada saat proses shooting, kejelasan pada naskah, storyboard dan shootlist sangat penting perannya karena dapat menentukan hasil video serta dapat memudahkan peneliti dalam melakukan proses shooting.

1.3.4 Pengerjaan

Tahap awal pada proses ini yaitu perancangan *storyline* dan *narasi*, *storyboard*, maka langkah selanjutnya dilakukan survey tempat yang akan di gunakan sebagai latar dalam pembuatan video dan di lakukan penjadwalan proses *shooting*. *Shooting* yang dilakukan cukup melibatkan banyak orang maka dari itu memerlukan waktu yang cukup panjang dalam melakukan penyesuaian. Setelah proses tersebut selesai proses yang dilakukan berikutnya ialah *editing* dengan melalui beberapa tahapan seperti *offline editing* dan *online*

editing. Tahapan revisi dilakukan setelah melewati beberapa proses penyusunan satu persatu audio visual menjadi rangkaian video secara utuh serta telah sesuai dengan *project brief* yang diberikan. Selanjutnya setelah melewati beberapa rangkaian proses yang Panjang, hasil dari video promosi program studi PGSD berbasis kegiatan akademik dosen dilakukan publikasi pada akun youtube resmi program studi PGSD dan tayangan di fasilitas Videotron yang ada di lingkungan kampus UPI Cibiru**.**

Adapun peralatan dan bahan yang digunakan pada perancangan video promosi diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alat dan bahan

No	Alat dan Bahan	Keterangan
1	Laptop Macbook Pro M1	1. Apple M1 2. RAM 8 GB 3. Mac Os Ventura 13.6.7
2	Canon EOS M50	1. Sensor 24.1 MP APS-C CMOS 2. UHD 4K 23,98 fps, 1080p 60 fps, 720p 120fps 3. Wifi, NFC, Bluetooth 4. Extended ISO 51200, 10 fps shooting
3	Canon EOS RP	1. Sensor 26.2 MP Full-frame CMOS 2. UHD 4K, Full HD 1080p 3. Wifi, NFC, Bluetooth 4. Dual Pixel CMOS AF, 4779 AF Points 5. ISO 100-40000, Up to 5 fps Shooting
4	Lensa Canon 15-45mm	Aperture f/3.5-6.3 STM
5	Lensa Canon RF 50 mm	Aperture max f1.8 STM
6	Sandisk Extreme Pro 64 GB	1. SDXC UHS-I 2. *Read* 200 mb/s, *write* 90 mb/s
7	Sandisk Extreme 128 GB	1. Micro SDXC UHS-I 2. *Read* 190 mb/s, *write* 90 mb/s
8	Tripod Takara ECO-193A	*1. Lightweight*

Tabel 3.1 Alat dan bahan

No	Alat dan Bahan	Keterangan
		2. *Aluminum tripod with a three-way panhead*
9	Ulanzi VL 120 RGB	1. Warna RGB penuh 2. 20 efek cahaya yang berbeda 3. 2500K hingga 9000K
10	Hardisk Eksternal Midasforce 256 GB	1. Read 550 mb/s, write 500 mb/s 2. SATA III 6Gb/s
11	Dji Mini 4 pro	1. Sensor 1/1.3-inci CMOS. 2. 4K 100 fps, 4K 60 fps, 1080p 200fps, H.264/H.265 3. Resolusi 48 MP 4. Lensa 24 mm, f 1.7 5. ISO 100-6400 6. Shutter speed 1/16000
12	*Microphone* Saramonic Blink 500 B2 Orange	1. 2.4GHz *Digital Frequency* 2. Modulasi GFSK. 3. Sensitivitas -39dB
13	Softbox Taffstudio	1. Berat Produk 2.5 kg 2. Dimensi Kemasan 80 x 14 x 12 cm

Beberapa alat dan bahan yang disebutkan pada tabel di atas, peneliti juga menggunakan *software* pendukung dalam perancangan video promosi sebagai berikut:

1. Adobe Premiere Pro

Gambar 3.2 Adobe premiere pro
Sumber: https://encr.pw/5TlQ9

Adobe premiere pro merupakan software editing video profesional yang dikembangkan oleh Adobe System. *Software* ini menyediakan berbagai macam jenis *tools editing* video seperti *razor tool*, *slip tool*, *rate stretch* dan sebagainya. *Software* ini biasa digunakan oleh *videographer*, *editor* atau *designer*. Keunggulan lainnya *software* ini dapat terintegrasi dengan semua *software* adobe yang dapat memudahkan pengguna dalam berbagai macam kebutuhan. Peneliti menggunakan software ini sebagai *software* utama dalam merangkai susunan *footage*, audio hingga *visual effect*.

2. Adobe After Effect

Gambar 3.3 Adobe After Effect
Sumber: https://encr.pw/5TlQ9

Adobe After Effect adalah software editing yang lebih luas dalam penggunaannya diantaranya dapat memotong bagian video, visual effect yang beragam serta dapat digunakan juga sebagai alat untuk membuat animasi atau motion graphic. Peneliti menggunakan software ini untuk membuat motion graphic dan visual effect pada video dengan tujuan agar tampilan visual lebih menarik.

3. Adobe Audition

Gambar 3.4 Adobe Audition
Sumber: https://encr.pw/5TlQ9

Adobe Audition merupakan software editing audio professional yang dirancang untuk merekam, edit, dan produksi audio. Software ini sering digunakan pada produksi film, video komersial, podcast serta berbagai macam kebutuhan lainnya. Peneliti menggunakan software ini yang bertujuan untuk menambahkan effect parametric equalizer, multiband compressor serta noise reduction, beberapa effect tersebut digunakan agar dapat menciptakan sebuah audio yang berkesan professional.

4. Adobe Media Encoder

Gambar 3.5 Adobe Media Encoder
Sumber: https://encr.pw/5TlQ9

Adobe Media Encoder merupakan software yang dipergunakan untuk rendering audio dan video. Kelebihan dari software ini ialah, karena dapat mengubah format, menyesuaikan, dan export video atau audio dengan berbagai macam pilihan resolusi.

5. Davinci Resolve 18

Gambar 3.6 Davinci Resolve 18
Sumber: https://www.blackmagicdesign.com

Davinci Resolve Adalah software editing serba guna yang di dalam terdapat banyak fitur editing video, *visual effect*, bahkan pada dunia film sering digunakan sebagai software utama dalam *color grading* karena fleksibilitas tool yang sangat mendukung. Peneliti menggunakan software ini pada tahap *color grading* keseluruhan *footage, software* ini dipilih karena fleksibilitas dan *tool* yang dibutuhkan dalam proses *color grading* sangat lengkap.

1.3.5 Hasil Karya

Hasil karya merupakan tahapan terakhir pada penciptaan karya ini yaitu distribusi dan apresiasi melalui platform Youtube resmi dan penayangan pada fasilitas Videotron UPI Cibiru. Hasil karya tersebut digunakan sebagai media promosi sekaligus informasi dengan tujuan utama memperkuat citra Prodi PGSD di hadapan masyarakat luas khususnya calon mahasiswa.

1.4 Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan instrumen yang berupa kuesioner terbuka dengan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pandangan audiens terhadap kebutuhan informasi, kualitas visual dan pesan yang disampaikan dalam video. Responden yang dipilih dari kelompok calon mahasiswa atau siswa sekolah menengah atas kelas 12. Sample pada penelitian ini terdiri dari 75 responden yang mengisi kuesioner dan menonton hasil video promosi. Kuesioner terbuka dibagikan secara online untuk memberikan tanggapan terkait hasil video.

1.4.1 Kuesioner Terbuka

Kuesioner ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana calon mahasiswa memahami pesan yang disampaikan dan tanggapan mengenai kualitas visual yang ditampilkan. Penyusunan pertanyaan kuesioner ini di dasari oleh beberapa teori yaitu komunikasi visual yang digunakan untuk mengukur tampilan visual, AIDA untuk mengetahui apakah pesan dalam video tersampaikan kepada calon mahasiswa, dan perceived importance untuk mengetahui sejauh mana informasi yang di butuhkan. Kuesioner ini mengadopsi pendekatan yang digunakan oleh (Wibowo et al., 2023) dengan penyesuaian pada butir pertanyaan.

Tabel 3.2 Butir pertanyaan kuesioner

No	Pertanyataan	Tujuan
1	Dalam mencari informasi mengenai jurusan kuliah, platform apa saja yang sering Anda gunakan?	Untuk mengetahui platform apa saja yang sering digunakan oleh calon mahasiswa
2	Informasi apa saja yang ingin Anda ketahui?	Kebutuhan informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa
3	Apakah anda kesulitan dalam mencari informasi tersebut?	Untuk mengetahui tingkat kesulitan mencari informasi program studi atau unversitas
4	Kesulitan apa yang anda rasakan saat mencari informasi tentang Universitas atau Program Studi? jika tidak berikan tanda "-"	Untuk mengetahui kesulitan apa saja yang dialami dalam mencari informasi mengenai program studi
5	Apabila penyampaian informasi dikemas dalam bentuk Video Promosi apakah akan lebih menarik dibandingkan dengan lainnya?	Untuk mengetahui persepsi awal mengenai pengemasan media informasi
6	Apakah video ini terlihat enak dilihat? mengapa ya/tidak?	Mengetahui bagaimana tanggapan calon mahaiswa terhadap tampilan visual dalam video
7	Pada tampilan video, Bagian mana yang paling menarik perhatian Anda?	Mengetahui bagian visual mana saja yang menjadi perhatian calon

Tabel 3.2 Butir pertanyaan kuesioner

No	Pertanyataan	Tujuan
		mahasiswa sejak awal.
8	Bagaimana pendapat Anda tentang warna dalam video ini? Terlalu ramai, pas, atau terlalu kalem?	Mengetahui persepsi calon mahasiswa terhadap warna yang di gunakan dalam video.
9	Apakah tulisan dalam video ini mudah dibaca dan nyaman dilihat? Jelaskan.	Mengetahui tingkat keterbacaan teks pada video.
10	Menurut Anda, tempo dan gerakan dalam video ini terasa pas atau terlalu cepat/pelan?	Mengetahui kesesuaian penggunaan style video.
11	Sebutkan pesan utama atau kalimat pertama yang disampaikan dalam 5 detik awal video?	Mengetahui ketertarikan di awal video.
12	Informasi apa saja yang Anda dapatkan pada video?	Mengetahui tingkat perhatian calon mahasiswa pesan dalam video.
13	Siapa nama Dosen mata kuliah Olahraga yang ada dalam video?	Mengetahui ketersampaiannya pesan dalam video.
14	Pada menit berapa kamu tertarik untuk mencari tahu lebih terkait program studi PGSD?	Mengetahui tindakan selanjutnya yang dilakukan calon mahasiswa setelah menonton video.
15	Jika Anda diminta menjelaskan isi video ini ke teman Anda, apa 3 hal utama yang akan Anda sampaikan?	Mengetahui pesan apa saja yang diingat calon mahasiswa.

(Dimodifikasi dari Wibowo dkk., 2023)

1.5 Populasi dan Sample

Populasi pada penelitian ini merupakan para calon mahasiswa yang diklasifikasikan berdasarkan siswa yang sudah lulus dari sekolah tingkat menengah atas atau siswa sekolah tingkat kelas 12. Teknik sampling yang digunakan yaitu *probality sampling* dengan metode *simple random sampling* sebagaimana yang dijelaskan oleh Golzar & Noor (2022) *simple random sampling* merupakan cara memilih sampel di mana setiap orang dalam populasi punya peluang yang sama untuk terpilih, tanpa dipengaruhi pendapat atau pilihan pribadi. Pemilihannya dilakukan secara acak, sehingga hasil sampel diharapkan bisa mewakili seluruh populasi dan mengurangi kemungkinan bias. Minimal ukuran sampel yang layak

digunakan dalam penelitian yaitu 30 *sampling* (Sugiyono, 2013). Dengan memahami bagaimana calon mahasiswa mencari, menerima, dan memaknai informasi tentang institusi, penelitian ini dapat menghasilkan strategi komunikasi dan promosi yang lebih efektif serta relevan dengan kebutuhan sasaran audiens.

1.6 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman yang terintegrasi pada setiap data penelitian (Samuelsson, 2023). Dari hasil pengolahan data kuesioner destkriptif kualitatif selanjutnya dilakukan analisis data dalam mengukur persepsi audiens terhadap video yang telah mereka tonton. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah penyusunan narasi hasil. Pada tahap ini dilakukan penyusunan narasi berdasarkan hasil temuan analisis jawaban audiens berbentuk uraian deskriptif.

Berdasarkan dari pertanyaan tersebut lalu kemudian data responden akan diolah menggunakan teknik analisis data deskriptif untuk menentukan kebutuhan informasi, kesesuaian tampilan visual, dan penyampaian pesan. Berikut merupakan tahapan pengolahan data antara lain:

1.6.1 *Open Coding*

Open coding digunakan untuk mengidentifikasi tema atau makna penting dari setiap jawaban responden yang memiliki kemiripan makna yang berdekatan, tahapan ini sering disebut sebagai langkah labeling awal (Wibowo et al., 2023). Open coding merupakan langkah awal dalam analisis data kualitatif, di mana peneliti secara terstruktur membagi data menjadi bagian-bagian makna yang lebih kecil, lalu memberikan label atau kode pada setiap bagian tersebut untuk menemukan konsep, tema, maupun pola yang terbentuk (Zörgő & Peters, 2023).

1.6.2 *Axial Coding*

Axial coding merupakan tahapan selanjutnya setelah kata kunci ditemukan dan dilakukan pengelompokan dari Open coding menjadi sebuah

tema inti (Wibowo et al., 2023). Axial coding merupakan tahap berikutnya setelah open coding, di mana peneliti mengaitkan kategori dan subkategori yang telah ditemukan untuk membentuk hubungan yang lebih signifikan antar konsep. Tahap ini menitikberatkan pada pengorganisasian ulang data dengan menghubungkan kode-kode yang saling terkait, sehingga menghasilkan struktur konseptual yang lebih terperinci dan mampu menjelaskan fenomena yang sedang dikaji (Zörgő & Peters, 2023).

1.6.3 *Selective Coding*

Selective coding merupakan tahap akhir analisis kualitatif, di mana peneliti menetapkan satu kategori inti yang paling mewakili fokus penelitian, kemudian menghubungkannya dengan kategori lain yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Tujuannya adalah merangkai seluruh temuan menjadi gambaran yang utuh dan jelas mengenai makna data secara deskriptif (Septianto et al., 2024).