

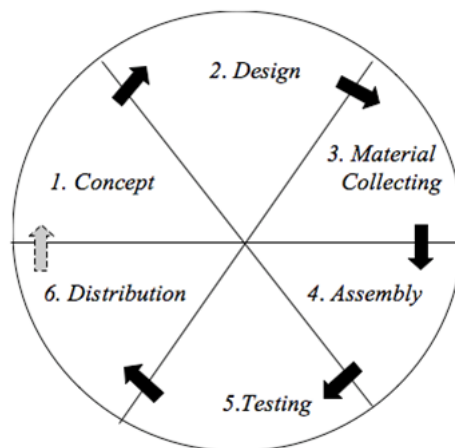
## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *Research and Development* (R&D) dengan mengacu pada model Borg and Gall (1983). Metode R&D digunakan untuk menciptakan produk yang valid dan relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan media promosi animasi 3D yang menarik dan sesuai untuk UMKM, dengan menggunakan teknik *high poly*.

### 3.2 Desain Pengembangan

Desain pengembangan pada penelitian ini menggunakan desain yang didasarkan pada model MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) yang dikemukakan oleh Luther-Sutopo (Sutopo, 2003). Model ini merupakan metode yang digunakan untuk merancang dan mengembangkan media yang terdiri dari kombinasi gambar, suara, video, animasi, dan elemen multimedia lainnya. Terdapat enam tahap dalam model ini yaitu, *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing dan Distribution* (Rahman & Tresnawati, 2016).



Gambar 3. 1 Model MDLC

### 3.2.1 *Concept* (Pengonsepan)

Pada tahap ini peneliti merumuskan tujuan perancangan animasi 3D sebagai media promosi dengan harapan dapat membantu memberikan informasi melalui promosi menggunakan animasi 3D pada UMKM. Oleh karena itu, peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara kepada pihak pemilik UMKM untuk dapat mengetahui apa yang diperlukan dalam promosi dan proses pembuatan animasi 3D.

### 3.2.1 *Design* (Perancangan)

Pada tahap perancangan, merancang desain objek 3D dan *storyboard* yang sebelumnya telah dibuat akan diimplementasikan ke dalam 3D. Selain itu, desain animasi 3D dirancang menggunakan aplikasi Blender.

### 3.2.2 *Material Collecting* (Pengumpulan Bahan)

Tahap ini merupakan pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dikerjakan. Bahan-bahan tersebut antara lain seperti foto, *audio*, *texture*, objek pendukung dan lain-lain. Tahap ini dapat dikerjakan secara parallel dengan tahap *assembly*. Tujuan dari pengumpulan bahan adalah untuk memastikan bahwa animasi 3D yang dibuat memiliki konten dan tujuan yang ingin dicapai. Selama tahap ini, dilakukan juga pengecekan bahan untuk memastikan bahwa bahan yang digunakan dalam animasi 3D memiliki kualitas yang baik dan sesuai kebutuhan. Proses pengumpulan bahan dan ide untuk animasi 3D didapatkan berdasarkan proses studi literatur dan studi lapangan melakukan wawancara kepada pemilik UMKM agar sesuai dengan yang diinginkan.

### 3.2.3 *Assembly* (Perancangan)

Tahap *assembly* adalah tahap di mana semua objek atau bahan animasi yang telah direncanakan pada tahap desain dibuat. Proses produksi media promosi membutuhkan alur kerja produksi yang terstruktur dan sistematis untuk memastikan waktu produksi berjalan efektif dan selesai sesuai rencana yang telah ditetapkan.

### 3.2.4 *Testing* (Pengujian)

Setelah pembuatan animasi 3D selesai, selanjutnya tahap pengujian untuk memastikan produk layak digunakan. Terdapat dua tahapan pengujian yaitu *Alpha* dan *Beta* sebagai berikut:

#### a. Pengujian *Alpha*

Pada tahap *alpha testing*, dilakukan pengujian oleh validator yang merupakan ahli dalam bidang media. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengevaluasi kecocokan produk dari segi media, dan kemudian melakukan evaluasi produk atau melakukan revisi sebelum melanjutkan ke tahap *beta testing*. Setelah pengujian oleh validator dilakukan, hasil pengujian akan dievaluasi dan produk akan direvisi jika diperlukan.

#### b. Pengujian *Beta*

Pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui hasil implementasi animasi 3D sebagai media promosi kepada masyarakat atau konsumen kedai kopi +62 Coffee Meals.

### 4. *Distribution* (Distribusi)

Tahap distribusi merupakan tahap yang dimana animasi 3D yang telah selesai dikembangkan setelah dilakukannya proses testing dan sudah dapat digunakan, maka selanjutnya dilakukan tahap distribusi. Animasi 3D akan didistribusikan ke Kedai Kopi +62 Coffee Meals dalam bentuk MP4 yang nantinya akan digunakan sebagai media promosi.

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Pada penelitian ini, populasi yang menjadi fokus penelitian adalah konsumen Kedai Kopi +62 Coffee Meals di Kabupaten Purwakarta.

### 3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik melakukan dengan cara mempertimbangkan tujuan penelitian tertentu dan peneliti menentukan

kriteria partisipan yang cocok untuk dapat memberikan respon yang diharapkan dalam menghadapi kasus yang diteliti (Hikmawati, 2020).

### 3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian yang dilakukan. Beberapa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

#### 3.4.1 Instrumen Studi Lapangan

##### a. Wawancara

Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan tersebut. Wawancara dilakukan secara khusus kepada UMKM di Kabupaten Purwakarta. Teknik wawancara digunakan untuk memfokuskan pembicaraan pada topik yang akan diteliti.

##### b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap fenomena yang diamati. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan pada kedai kopi +62 Coffee Meals.

#### 3.4.2 Instrumen Validasi Animasi

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen validasi animasi

No.	Aspek	Indikator	Butir Instumen	Jumlah Instrumen
1	Animasi 3D dan Komunikasi visual	Penerapan Animasi 3D	1,2,3,4,5	5
		Penerapan Visual	6,7,8	3
		Penerapan Audio	9,10	2

### 3.4.3 Instrumen Tanggapan Konsumen

Instrumen ini berupa kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui penilaian masyarakat terhadap animasi 3D sebagai media promosi pada UMKM +62 Coffe Meals.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen tanggapan konsumen

No.	Aspek	Indikator	Butir Instumen	Jumlah Instrumen
1	Animasi 3D	Penerapan Animasi 3D	1,2,3,4,5	5
	dan Komunikasi Visual	Penerapan Audio Visual	6,7,8,9,10	5
2	Media Promosi	Penerapan media promosi menggunakan animasi 3D	11,12,13	3

### 3.5 Prosedur Penelitian

Beberapa prosedur pengembangan telah diajukan oleh beberapa ahli, salah satunya adalah prosedur penelitian pengembangan yang diusulkan oleh Sugiyono (2015). Penelitian pengembangan ini mengadopsi prosedur penelitian pengembangan yang awalnya dikembangkan oleh Borg dan Gall, yang kemudian dimodifikasi oleh Sugiyono. Dalam penelitian ini, prosedur penelitian pengembangan dibagi menjadi lima tahap, sebagaimana terlihat dalam **Gambar 3.2** berikut



Gambar 3. 2 Prosedur Penelitian R&D

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian pengembangan ini meliputi beberapa tahapan sebagaimana dikemukakan (Sugiyono, 2015):

1) Potensi dan Masalah

Potensi dan masalah pada penelitian ini didasarkan pada hasil analisis kebutuhan yang dilakukan oleh peneliti pada kedai kopi +62 Coffe Meals. Potensi dan masalah yang diidentifikasi adalah kurangnya media promosi yang menarik.

2) Pengumpulan Data

Setelah potensi dan masalah dapat ditunjukkan secara faktual, maka perlu dikumpulkan berbagai informasi dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian.

(3) Desain Produk

Tahap ini dilakukan pembuatan storboard yang bertujuan untuk menggambarkan alur cerita mulai awal hingga akhir cerita. Selanjutnya penyusunan aset animasi untuk mempermudah proses pembuatan konten media promosi dengan menggunakan animasi 3D. pada tahap ini menggunakan model pengembangan MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*)

(4) Validasi Desain

Tahapan ini dilakukan setelah animasi 3D dibuat, yang selanjutnya akan dilakukan validasi desain oleh tenaga ahli pada animasi 3D untuk mengetahui kekurangan dan memberi masukan dalam animasi 3D tersebut. Hasil dari penilaian yang diberikan oleh tenaga ahli akan digunakan sebagai dasar perbaikan dan penyempurnaan animasi 3D agar sesuai dengan produk yang diharapkan oleh peneliti.

(5) Revisi Produk

Produk yang telah dirancang kemudian di revisi setelah mendapatkan penilaian dari tenaga ahli. Semua masukan, kritik, saran, dan rekomendasi dari tenaga ahli dicatat dan dijadikan dasar untuk memperbaiki desain produk.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Setelah memperoleh data, selanjutnya dilakukan pengolahan terhadap data tersebut dengan menggunakan beberapa cara dan teknik, diantaranya:

### 3.6.1 Analisis Data Instrumen Studi Lapangan

Analisis data dari instrumen studi lapangan melibatkan rumusan hasil data yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner. Peneliti akan menganalisis data tersebut sebelum mengambil keputusan. Proses analisis melibatkan pengumpulan dan pengorganisasian data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner. Data tersebut akan dikelompokkan ke dalam kategori-kategori tertentu, diuraikan menjadi unit-unit yang relevan, dan dipilih mana yang penting untuk dipelajari lebih lanjut. Dari hasil analisis ini, kesimpulan dapat diambil sehingga data tersebut dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti dan orang lain.

### 3.6.2 Analisis Data Instrumen Validasi Ahli

Analisis instrumen ahli digunakan untuk memperoleh pandangan ahli terkait dengan penggunaan media promosi menggunakan animasi 3D pada UMKM +62 Coffee Meals. Analisis data instrumen ini melibatkan perhitungan persentase kelayakan media, yang dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase kelayakan} = \frac{\text{Jumlah skor yang didapat}}{\text{jumlah skor yang diharapkan}} \times 100\%$$

Hasil persentase kelayakan digunakan untuk menentukan apakah suatu aspek yang diteliti termasuk dalam kategori layak atau tidak. Pembagian rentang kategori kualifikasi menurut (Arikunto,2009) sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Kelayakan Media

No	Skor Dalam Persen (%)	Kategori Kelayakan
1	<20	Sangat Tidak Layak
2	21 – 40	Tidak Layak
3	41 – 60	Cukup Layak
4	61 – 80	Layak
5	81 – 100	Sangat Layak

### 3.6.3 Analisis Data Instrumen Penilaian Konsumen

Analisis dari instrumen penilaian konsumen digunakan untuk mendapatkan pemahaman mengenai pandangan konsumen terhadap animasi 3D sebagai media promosi. Untuk mendapatkan data ini, angket disebarakan kepada responden setelah mereka melihat animasi 3D sebagai media promosi. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dari UMKM +62 Coffe Meals. Data yang dikumpulkan dari instrumen ini dianalisis menggunakan skala rating. Skala rating terdiri dari lima kategori, yaitu Sangat Kurang, Kurang, Cukup, Baik, dan Sangat Baik. Perhitungan skala rating dilakukan dengan menggunakan rumus yang telah dikemukakan oleh (Sugiyono, 2014):

$$P = \frac{\text{skor hasil pengumpulan data}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

P = angka presentase,

Skor ideal = skor tertinggi tiap butir x jumlah responden x jumlah butir.

Selanjutnya, data yang telah dihitung akan diinterpretasikan menggunakan skala interpretasi dengan membagi total skor dengan skor maksimal yang dianggap ideal. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan skala interpretasi untuk menentukan posisi hasil tersebut. Beberapa skala interpretasi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Klasiikasi perhitungan berdasarkan *rating scale*

No	Skor Dalam Persen (%)	Interpretasi
1	<20	Sangat Kurang
2	21 – 40	Kurang
3	41 – 60	Cukup
4	61 – 80	Baik
5	81 – 100	Sangat Baik