

BAB III

METODEOLOGI PENELITIAN

1.1 Gambaran taman jodoh

Wisata taman jodoh adalah taman wisata alam yang berlatarkan pepohonan karet dengan waduk ditengah yang memadukan suasana alam, dan suara gemerisik dedaunan dan kicauan burung. Taman ini juga dilengkapi dengan pondok-pondok untuk beristirahat yang terletak ditengah sungainya dan ada berbagai fasilitas seperti kolam renang anak, wc, mushola dan tempat yang menjual berbagai macam makanan.



Gambar 3.1 Wisata Taman Jodoh

1.2 Tempat dan waktu penelitian

1.2.1 Tempat Penelitian

Tempat melakukan penelitian adalah kantor BUMDes dan Tempat Wisata Taman Jodoh Jl. Seed farm dusun air gilas, Desa Batumarta II Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), Provinsi Sumatera Selatan.

1.2.2 Waktu penelitian

Waktu penelitian dari Bulan April 2025 - Juli 2025

Table 3.1 Waktu Penelitian

No	Tahapan	Bulan			
		April	Mei	Juni	Juli
1	Observasi dan Perencanaan (konsep dan skrip video)				
2	Penganbilan video dilokasi tempat wisata				
3	Proses editing video				
4	Pengujian video dan penyebaran video				

1.3 Bahan Dan Alat Penelitian

1.3.1 Perangkat keras (*hardware*)

- a. Smartphone android
- b. Kamera (Sony A600)
- c. Laptop

1.3.2 Perangkat Lunak (*software*)

- a. Google chrome
- b. System operasi : windows 11
- c. *Davinci Resolve*

1.4 Pengumpulan data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data melalui studi lapangan dilakukan dengan teknik :

1.4.1 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap aktivitas, interaksi, dan fasilitas di lokasi wisata. Dalam pembuatan video promosi, observasi bertujuan untuk memahami karakteristik unik tempat wisata, pengalaman pengunjung, serta kualitas layanan dan fasilitas yang tersedia.

1.4.2 Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan narasumber untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan perspektif mereka terkait tempat wisata. Dalam pembuatan video promosi, wawancara digunakan untuk menggali informasi tentang sejarah, visi, misi, serta nilai-nilai yang dimiliki oleh tempat wisata tersebut. Wawancara ini dilakukan dalam bentuk Tanya jawab antara penulis dengan Kepala Desa Batumarta II.

1.4.3 Kuisisioner

Kuisisioner adalah alat pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai berbagai topik atau isu tertentu. Biasanya, kuisisioner terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dapat berupa pertanyaan terbuka (di mana responden memberikan jawaban dalam bentuk teks) atau pertanyaan tertutup (di mana responden memilih dari pilihan yang telah ditentukan)

1.4.4 Dokumentasi

Dokumentasi pada ini adalah proses sistematis yang mencakup pengumpulan, penyimpanan, dan penyajian informasi terkait pengembangan profil suatu tempat wisata. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk mendokumentasikan semua aspek penting yang berkaitan dengan tempat wisata, mulai dari perencanaan hingga implementasi, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas. Dokumentasi yang penulis ambil dalam penelitian ini yaitu dalam bentuk gambar

1.4.5 Studi literature

Studi literatur adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis informasi dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel, jurnal, dan dokumen lainnya, untuk memahami suatu topik atau fenomena tertentu.

Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tren, teori, dan temuan yang ada dalam bidang kajian tersebut, serta untuk menemukan celah yang dapat dijadikan fokus penelitian lebih lanjut. Dengan melakukan studi literatur, peneliti dapat membangun dasar teori yang kuat, menghindari duplikasi penelitian, dan mengembangkan perspektif baru berdasarkan pengetahuan yang sudah ada. Proses ini sangat penting dalam setiap disiplin ilmu, karena membantu memperkuat argumen dan memberikan konteks yang lebih dalam terhadap studi yang dilakukan.

1.5 Metode pengembangan video

1.5.1 MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*)

MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) adalah sebuah proses terstruktur yang digunakan dalam pengembangan produk multimedia, yang mencakup berbagai elemen seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan pengguna. MDLC menawarkan kerangka kerja yang jelas dari tahap awal analisis kebutuhan hingga peluncuran dan pemeliharaan produk, memastikan setiap aspek diperhatikan secara menyeluruh.

Tahapan dalam MDLC meliputi analisis kebutuhan, desain, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, implementasi, dan pemeliharaan. Setiap fase memiliki tujuan dan output yang spesifik, yang membantu tim pengembang dalam merencanakan dan melaksanakan proyek multimedia dengan efisien. Dengan pendekatan sistematis ini, MDLC tidak hanya mengoptimalkan proses pengembangan, tetapi juga memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antar anggota tim dan pemangku kepentingan, serta meminimalkan risiko yang mungkin muncul selama

Tujuan Tujuan MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) adalah untuk menghasilkan produk multimedia berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Dengan mengikuti proses yang terstruktur dari analisis kebutuhan hingga pemeliharaan, MDLC bertujuan meningkatkan efisiensi pengembangan, memfasilitasi kolaborasi antar tim, dan memastikan bahwa setiap elemen produk diperiksa dan disempurnakan. Selain itu, MDLC juga memudahkan dalam melakukan pembaruan dan perbaikan setelah peluncuran, menjaga relevansi produk di pasar.[14]



Gambar 3.2 *Multimedia Development Life Cycle*

Berikut adalah penjelasan mengenai fase-fase MDLC di bidang rekayasa perangkat lunak:

1. Inisialisasi (*Initialization*)

Fase inisialisasi merupakan fase awal untuk menentukan bentuk produk multimedia yang akan dikembangkan. Output dari fase ini adalah draft dokumen inisialisasi awal yang berisi persyaratan produk yang akan dikembangkan, struktur tim yang terlibat, durasi pengerjaan, dan anggaran pengembangan yang dibutuhkan.

Misalkan produk multimedia yang akan dikembangkan merupakan produk linear, seperti desain grafis atau film animasi. Dalam hal ini, fase ini harus menentukan cakupan durasi film animasi yang akan dibuat, perspektif yang akan digunakan dalam 2D/3D, alur produksi yang akan digunakan, dan komposisi tim yang akan

digunakan. Sementara itu, misalkan produk multimedia yang akan dikembangkan merupakan produk non-linear, seperti aplikasi multimedia interaktif. Dalam hal ini, fase ini harus menentukan fitur apa saja yang akan dimiliki, platform yang akan dituju, dan teknologi pengembangan yang akan digunakan.

2. *Blueprint Design*

Fase Blueprint Design merupakan fase yang paling krusial karena fase ini harus mampu menghasilkan berbagai dokumen teknis yang akan menjadi acuan dalam keseluruhan proses pengembangan produk. Misalkan produk multimedia yang akan dikembangkan merupakan produk linear, seperti desain grafis atau film animasi. Dalam hal ini, fase ini harus menghasilkan sketsa awal karakter, lingkungan, tone/shading, dan alur cerita utama. Selain itu, fase ini juga harus menghasilkan storyboard detail yang akan dijadikan acuan dalam proses pembuatan animasi.

Jika produk multimedia yang akan dikembangkan merupakan produk non-linear, maka fase ini harus menghasilkan user journey blueprint, desain user interface, dan user experience. Sebelum memasuki fase produksi, fase ini juga harus menghasilkan mockup awal aplikasi sebagai validasi awal.

3. *Persiapan Aset(Assets preparation)*

Fase Persiapan Aset merupakan fase untuk mempersiapkan berbagai bentuk aset multimedia yang akan digunakan dalam proses

produksi. Output dari fase ini adalah shared library yang berisi berbagai bentuk aset multimedia yang telah diklasifikasikan dan merupakan aset independen yang siap diintegrasikan dengan aset lainnya. Misalkan produk multimedia yang akan dikembangkan adalah produk linear, seperti desain grafis atau film animasi. Dalam hal ini, fase ini harus menghasilkan aset karakter yang dapat dianimasikan, memiliki berbagai ekspresi dan kombinasi pakaian/busana jika diperlukan. Fase ini juga harus mengumpulkan berbagai aset generik seperti rumah, jalan, pohon, dan aset visual sekunder lainnya.

Selain itu, fase ini juga harus menyiapkan aset pendukung seperti audio, musik latar, dan SFX. Misalkan produk multimedia yang akan dikembangkan adalah produk non-linear. Dalam hal ini, fase ini harus menyiapkan library dalam bentuk elemen interaksi UI/UX dan skrip pemrograman independen yang dapat digunakan secara modular untuk menjalankan fungsi di setiap acara.

4. Pengembangan Produk (*Product Development*)

Fase Pengembangan Produk merupakan fase utama dalam seluruh proses MDLC. Output dari fase ini adalah produk multimedia, baik yang linear maupun non-linear. Fase ini merupakan akumulasi dari berbagai fase produksi yang lebih minor.

Dalam pengembangan produk multimedia linear seperti video dan animasi, fase ini akan menghasilkan beberapa klip video, yang nantinya akan diintegrasikan ke dalam file utama.

5. Pengujian & Validasi (*Testing & Validation*)

Fase Pengujian & Validasi merupakan fase untuk menguji produk multimedia yang dihasilkan. Validasi pada fase ini akan dilakukan dengan menggunakan dokumen awal pada fase Inisialisasi. Apabila masih terdapat beberapa fitur atau fungsi yang tidak sesuai dengan desain awal, maka fase ini akan dilanjutkan dengan produksi untuk menyempurnakan fitur atau fungsi yang dibutuhkan.[15]

1.6 Rancangan video

Perancangan terdiri dari beberapa tahap yang saling berkaitan. Tahapan tersebut meliputi:

1.6.1 Analisis Kebutuhan

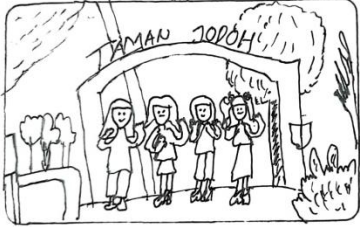

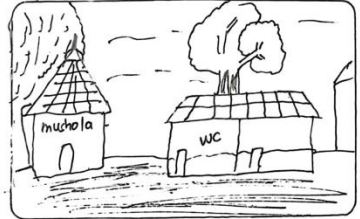
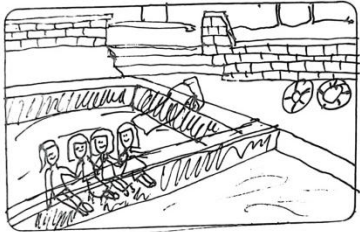
Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kebutuhan dan tujuan dari pembuatan video promosi. Pengumpulan informasi dapat dilakukan melalui wawancara, survei terhadap audiens target, serta analisis profil tempat wisata tersebut.

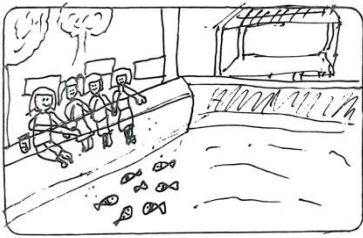
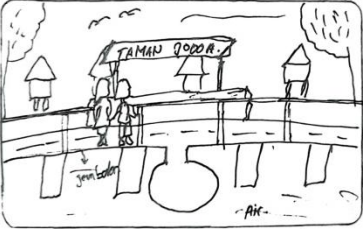

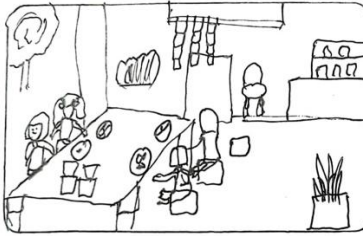
1.6.2 Perencanaan

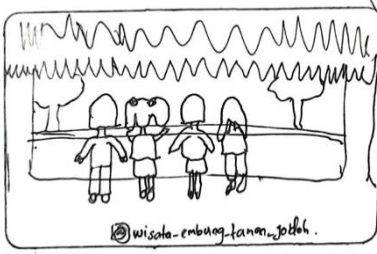
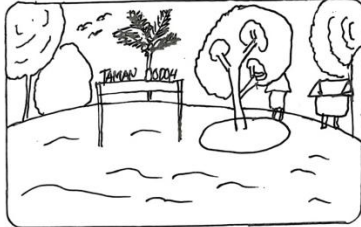
Setelah analisis kebutuhan selesai, langkah selanjutnya adalah merancang konsep video. Ini mencakup penentuan tema, penulisan naskah, pembuatan *Storyboard*. Pada tahapan ini, penting untuk mengidentifikasi elemen visual dan audiovisual yang akan digunakan dalam video.

1. Storyboard

Table 3.2 Storyboard /Sketsa pembuatan video

NO	Board	Durasi	Deskripsi
1		00:00- 00:30	Pembukaan, menyapa dan mengajak melihat wisata taman jodoh
2		00:31- 00:41	Memberitahu ditempat wisata taman jodoh memiliki spott foto yang menarik
3		00:42- 00:50	Menampilkan salah satu fasilitas yang ada di tempat wisata taman jodoh
4		00:50- 01:00	Bermain Air di kolam serta Memperlihatkan Fasilitas Kolam Renang yang Cukup Luas

5		01:01- 01:30	Memperlihatkan keseruan pengunjung menikmati wisata taman jodoh
6		01:31- 01:49	Melihatkan talent sedang berjalan melihat pemandangan waduk
7		01:50- 02:07	Menampilkam fasilitas perahu bebek dan pengunjung yang sedang menaikinya mengelilingi waduk.
8		02:08- 02:25	Melihatkan fasilitas tempat makan dan parker yang luas

9		02:26- 02:35	Memberi tahu sosial media wisata taman jodoh
10		02:36- 02:48	Penutupan, dengan melihatkan sebagian pemandangan wisata taman jodoh

1.6.3 Produksi

Tahap produksi melibatkan pengambilan gambar dan pengumpulan materi yang diperlukan untuk video. Ini termasuk pengambilan video di lokasi yang relevan, wawancara dengan admin atau pengurus tempat wisata, serta pengumpulan foto dan grafik yang mendukung narasi video.

1.6.4 Pengeditan

Setelah proses pengambilan gambar selesai, tahap berikutnya adalah pengeditan. Pada tahap ini, materi yang telah direkam akan disusun, dipotong, dan dikombinasikan dengan elemen audio seperti musik latar dan narasi. *Software* pengeditan video yang tepat akan digunakan untuk menghasilkan video yang berkualitas

1.6.5 Evaluasi

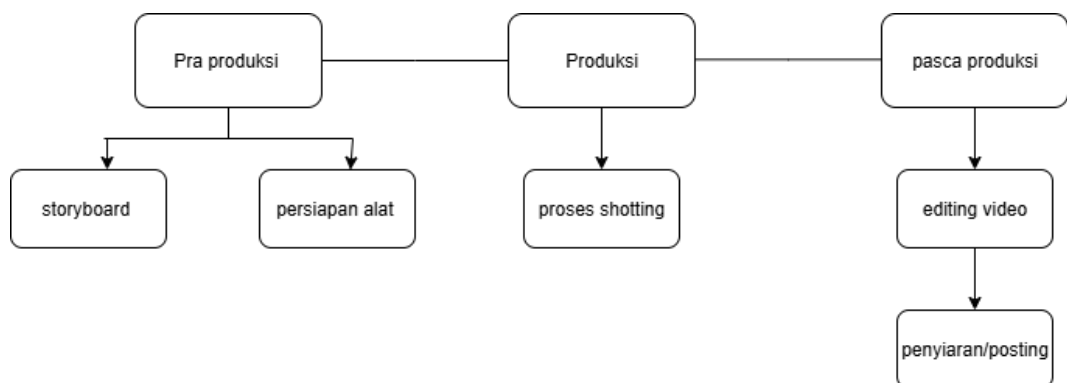
Setelah video selesai, tahap evaluasi dilakukan untuk mendapatkan umpan balik dari audiens target. Ini berguna untuk menilai efektivitas video dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1.6.6 Distribusi

Setelah mendapatkan evaluasi dan melakukan revisi jika diperlukan, video promosi akan didistribusikan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, dan diberikan langsung kepada pengurus tempat wisata.

1.7 Alur pembuatan video

Alur pembuatan video adalah langkah-langkah sistematis yang diikuti dalam proses produksi video, dari awal hingga akhir. Berikut adalah komponen utama dalam alur tersebut:



Gambar 3.3 Alur Pembuatan Video

1.8 Metode pengujian video

Pengujian video promosi untuk tempat wisata adalah proses evaluasi yang bertujuan untuk memastikan bahwa video tersebut efektif dalam menyampaikan informasi tentang destinasi wisata, menarik perhatian penonton, dan mendorong

mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Video ini berfungsi sebagai alat promosi yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu lokasi wisata.

1.8.1 Tujuan Pengujian

1. Memastikan bahwa semua informasi penting tentang tempat wisata, seperti lokasi, fasilitas, dan aktivitas, disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.
2. Mengevaluasi apakah gambar dan suara dalam video berkualitas tinggi, sehingga memberikan pengalaman menonton yang menyenangkan.
3. Mengukur sejauh mana video dapat menarik perhatian audiens dan membangkitkan minat untuk mengunjungi tempat wisata.
4. Memastikan bahwa video mencakup ajakan yang jelas bagi penonton untuk melakukan tindakan lebih lanjut, seperti mengunjungi situs web atau melakukan reservasi.

1.8.2 Metode Pengujian

Salah satu metode yang umum digunakan dalam pengujian video promosi adalah Metode Black Box. Dalam metode ini, penguji tidak perlu mengetahui bagaimana video dibuat atau struktur internalnya. Fokus utama adalah pada fungsionalitas dan hasil yang terlihat dari video. Langkah-langkah dalam metode ini meliputi:

1. Menentukan berbagai aspek yang perlu diuji, seperti pemutaran video, kualitas suara, dan kejelasan informasi.

2. Memutar video dan mengevaluasi hasil berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.
3. Mencatat hasil pengujian, termasuk umpan balik dari penonton mengenai pengalaman mereka.
4. Menggunakan data yang dikumpulkan untuk memberikan rekomendasi perbaikan atau optimalisasi video.

Pakar Penguji video adalah individu yang akan menganalisis dan mengevaluasi konten video. Berikut adalah daftar penguji yang dipilih oleh peneliti :

1. Bapak Joko Kuswanto, M.Kom.
2. Ibu Jumdapi Okta M.Kom.

Table 3.3 Pengujian video menggunakan metode black box

No	Pertanyaan	Pertanyaan			
		SS	S	KS	TS
1	Tulisan dalam video meliputi warna, ukuran dan jenis teks jelas terbaca				
2	Kualitas gambar dan audio meliputi warna dan desain secara umum baik				
3	Perpaduan antara warna, audio, dan background dalam video selaras				

4	informasi tentang tempat wisata sudah jelas dan dapat dipahami				
5	Ilustrasi visual disertai dengan penjelasan agar video mudah dipahami				
6	Durasi video pas, tidak terlalu cepat dan terlalu lambat				
7	Penyampaian menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan mudah dipahami				
8	video promosi ini bisa dipahami				
9	Apakah ada ajakan untuk mengunjungi tempat wisata				