

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara kerja di mana peneliti mengumpulkan data dalam berbagai bentuk, bisa berbentuk dokumen, audio, atau pun visual yang kemudian mengolah data tersebut sehingga menghasilkan data baru yang dapat memecahkan permasalahan penelitian. Penelitian ini, diajukan untuk menganalisis bagaimana peran *art director* dalam memvisualisasikan desain *set* dan properti untuk menyampaikan pesan *delivering excitement* dalam iklan Downy. Peran yang akan dibahas khususnya peran dalam ranah artistik yang dikepalai oleh seorang *art director*, maka dalam pembahasan selanjutnya peran elemen artistik akan ditulis sebagai peran *art director*.

Iklan Downy berdurasi 30 detik ini menjadi subjek penelitian dalam penulisan skripsi ini. Iklan ini mempromosikan produk pewangi pakaian bernama Downy Premium Perfume, produk yang dipromosikan Downy yang dijual dengan kemasan *sachet*. Iklan Downy Premium Perfume disutradarai oleh Andrew Tansir diproduksi oleh *production house* Rising Phoenix. Iklan ini menggunakan *talent* utama sebagai ibu rumah tangga. Perkenalan produk di dalam *director's treatment* iklan ini ingin menyebarkan kebahagiaan, yang mengarah pada *genre* komedi.

Dari iklan ini, pesan yang ingin disampaikan adalah bagaimana produk Downy dapat memberikan rasa bahagia dan *excitement* kepada penonton/calon pembeli, dengan menekankan di harga produk mereka yang sangat terjangkau. Berdasarkan *director's treatment*, informasi yang ingin disampaikan dalam iklan adalah Downy Premium Perfume sekarang tersedia dengan harga Rp. 500,- rupiah saja. Iklan ini ingin para calon pembeli merasakan *excitement* yang sama. Dari aspek warna, konsep *tone and manner* yang ingin ditonjolkan oleh sutradara adalah visual dengan warna yang *vibrant*, dengan harapan untuk menciptakan kesan bahagia di dalam iklan. Aspek artistik lainnya tentu saja juga berperan besar untuk menyampaikan pesan *delivering excitement* dalam iklan Downy.

Berdasarkan ketertarikan penulis terhadap konsep yang dibentuk dalam iklan Downy, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif, melalui teknik penelitian analisis isi (*content analysis*). Metode penelitian kualitatif dapat menggambarkan konten yang ditemukan dalam teks atau dapat

meringkas tema kunci dari dalam teks, atau memeriksa proses atau bentuk penyampaian konten, atau juga berusaha mengembangkan konseptualisasi konten. Teks yang dimaksud di sini bisa dalam bentuk buku, gambar, audio, video, atau media lainnya (Drisko, 2016, hlm. 84). Seperti juga yang diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor (Maleong, 2011, hlm. 4) metode kualitatif (*qualitative research*) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang dapat diamati. Menurut Ahmad (2018), penelitian kualitatif ini akan mengonstruksi realitas dan memahami maknanya sehingga dalam proses meneliti ini sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas. Objek penelitian ini berhubungan dengan pesan-pesan dalam suatu media, maka penulis perlu melakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang menyajikan pesan tersebut (hlm. 9).

Dokumen-dokumen yang akan dianalisa penulis adalah dokumen konsep artistik dan *director's treatment* yang telah dibentuk sebelum pembuatan iklan, lalu penulis akan membandingkan dengan teori-teori yang mendukung dengan topik atau objek yang diambil penulis, apakah sesuai atau berlawanan dengan teori yang penulis ambil. Pembahasan penelitian yang penulis lakukan membahas mengenai elemen dalam *mise-en-scene*, yaitu pemilihan properti, warna, *setting* tempat, dan komposisi yang dapat menyampaikan pesan *delivering excitement* dalam iklan Downy.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan dalam skripsi ini adalah studi dokumen, studi dokumen mengkaji beberapa literatur baik buku, jurnal, hasil penelitian atau juga data yang sesuai dengan topik yang dibahas (Anwar, 2017, hlm. 99). Studi dokumen dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen artistik selama proses *development* hingga *pre production*.

3.1.1 Data Primer

Dokumen- dokumen tersebut yang menjadi data primer antara lain; video iklan Downy, *director's treatment*, *storyboard*, *art direction*, *set design*, dan *breakdown schedule*.

3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder penelitian terdiri dari literatur pendukung seperti; buku, jurnal, dan laporan penelitian sebelumnya.

3.2 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data dengan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis isi deskriptif adalah di mana penulis menggambarkan dengan detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Analisis ini semata dilakukan untuk mendeskripsikan, menggambarkan aspek-aspek yang ada dalam suatu pesan (Munirah, 2015, hlm. 193). Anwar (2017) juga menjelaskan bahwa deskriptif kualitatif fokus kepada literatur seperti buku, jurnal, maupun penelitian sebelumnya yang kemudian dianalisis sehingga menjadi narasi yang berisi tentang hasil dan kesimpulan dari penulisan ini (hlm. 99).

3.3 Tahapan Kerja

Ada beberapa tahapan yang penulis lakukan dalam menyusun skripsi ini, mulai dari pengambilan topik hingga memulai penulisan, proses yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

3.3.1 *Brainstorming*

Tahap pertama penulisan skripsi ini, penulis memilih beberapa iklan komersial yang menurut penulis memiliki konsep yang kuat dan memiliki pesan yang jelas. Iklan yang dipilih adalah iklan yang penulis ikut kerjakan atau ikut andil selama proses magang, karena dengan begitu penulis memiliki pengetahuan dasar tentang iklan yang dipilih. Setelah beberapa iklan terpilih, penulis mulai mengerucutkan pilihannya dan akhirnya memilih satu iklan untuk dibahas dalam skripsi. Setelah itu penulis memikirkan topik pembahasan yang akan dibahas melalui iklan yang dipilih. Penulis memilih subjek pembahasan yang sesuai dengan teori-teori yang telah penulis pelajari sebelumnya di masa perkuliahan maupun proses magang.

3.3.2 Menonton iklan

Setelah penulis mendapatkan beberapa iklan, penulis menonton hasil jadi iklan tersebut berulang kali untuk memperhatikan detail yang ada terutama dalam segi tata artistiknya. Akhirnya penulis memutuskan untuk memilih iklan “Downy Premium Perfume” yang disutradarai oleh Andrew Tansir dengan *art director* Wisnu Joko Cahyono.

3.3.3 Mengumpulkan data

Setelah itu penulis mengumpulkan dokumen-dokumen dari iklan Downy yang belum penulis dapatkan sebelumnya untuk melihat bagaimana latar belakang pembuatan iklan Downy. Beberapa dokumen seperti *director's board* sudah penulis dapatkan saat sebelum proses produksi iklan Downy. Dari melihat kembali dokumen-dokumen konsep iklan Downy, penulis memutuskan untuk membahas elemen *mise-en-scene* iklan Downy dan fokus pada pembahasan ranah artistik.

3.3.4 Menentukan metode penelitian dan mengambil teori atau literatur

Setelah penulis menentukan metode apa yang akan digunakan ternyata penulis membutuhkan literatur dan teori pendukung. Penulis mulai mencari teori atau literatur yang berkaitan dengan *mise-en-scene* dan tata artistik. Dari situ, penulis mulai mengerucutkan pembahasan yang akan dibahas. Penulis membahas tentang pemilihan properti, *setting* tempat, warna, dan komposisi. Penulis mencari lagi teori-teori yang fokus membahas keempat hal tersebut untuk memperkuat topik yang dipilih.

3.3.5 Melakukan analisis data

Penulis kemudian kembali menonton iklan Downy berulang kali untuk menganalisis sesuai dengan teori yang dipilih. Bukan hanya lewat hasil jadi iklan, penulis juga menganalisis lewat peran elemen artistik mulai dari proses *development*. Bagaimana peran tata artistik dari awal hingga akhir yang berhubungan dengan teori yang ada, apa saja yang proses yang dilakukan *art director*, dan bagaimana tata artistik menyampaikan pesan iklan lewat visual.

3.3.6 Menghubungkan analisis dengan literatur untuk membuat kesimpulan

Penulis mulai membandingkan teori yang diambil dengan hasil analisa, di mana titik pembahasan yang sesuai dengan teori atau malah berlawanan dengan teori. Setelah itu penulis menarik kesimpulan dari hasil proses analisis yang sesuai dengan teori atau literatur yang ada.

