Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam proyek Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai produser film *Lembayung Belakang Hari*. Dalam tahap pasca produksi, salah satu peran produser ialah memasarkan film yang diproduksi kepada calon penonton. Dalam memasarkan film *Lembayung Belakang Hari* membutuhkan pendekatan yang berbeda untuk meraih calon penonton. Film ini menceritakan tentang sejarah peristiwa kerusuhan Mei 1998. Seperti yang kita ketahui bahwa sejarah tidak menarik. Oleh karena itu penulis melihat media promosi potensial penulis memilih untuk menggunakan *advergame*. Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian secara kuantitatif untuk mengukur efektivitas *advergame Lembayung Belakang Hari*. Menurut Sugiyono (2012), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

Teknik pengambilan sampel secara umum dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012, hlm. 7). Penulis memilih kuesioner untuk pengumpulan data. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

Efektivitas Advergame... Cella Angreni, FSD UMN, 2016

responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008, hlm. 199). Untuk mengetahui seberapa efektifitas *advergame* yang digunakan, pengumpulan data diambil dengan kuesioner.

3.1.1. Sinopsis

Pada peristiwa Mei sembilan delapan, banyak warga keturunan Tionghoa diserang dengan motif etnis/ kelompok dan alasan ekonomi. Terdapat salah satu keluarga yang kebetulan tinggal tak jauh dari tempat kerusuhan. Seorang ibu, Lili (35) dan anaknya, Gani (7) yang sedang berada di rumah. Lili harus mencari cara untuk melindugi diri dan anak laki-lakinya. Salah satunya dengan memalsukan identitas keluarga untuk mencegah terjadinya serangan. Dalam kerusuhan tersebut, banyak keturunan Tionghoa yang meninggalkan Indonesia. Dalam film ini Ibu dan Gani berusaha berlindung di dalam rumah dalam kejadian tersebut.

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam film ini, penulis berperan sebagai produser film *Lembayung Belakang Hari*. Penulis bertanggung-jawab dalam proses pasca-produksi dengan mempromosikan *Lembayung Belakang Hari* melalui *advergame.*

3.1.3. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam menyelesaikan laporan ini sebagai berikut:

1. *Advergame Lembayung Belakang Hari*
2. Kuesioner
3. SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

3.2. Tahapan Kerja

Dalam mempromosikan film *Lembayung Belakang Hari*, penulis harus mempersiapkan tahap pasca-produksi yaitu sebagai berikut:

1. Penemuan ide

Penulis menemukan ide untuk membuat *game* ini pada tahap pra-produksi. Ide ini muncul saat konsultasi dari salah seorang dosen, penulis mengangkat ide ini untuk dipakai pada pemasaran film *Lembayung Belakang Hari*. Penulis melihat potensi *game* dengan *basic character film* dalam platform Android. Kemudian penulis juga menemukan jenis *game* yang dilakukan untuk melakukan promosi, yaitu *advergame*

2. *Advergame*

Dalam tahap ini penulis mendapatkan teori mengenai *advergame*, dari jenis-jenisnya hingga faktor keberhasilan suatu *advergame*. Penulis juga melakukan riset, *game* apa yang cocok untuk dimainkan target penonton film *Lembayung Belakang Hari* dengan dosen pembimbing, apakah membuat trauma, apakah sesuai dengan target penonton. Setelah itu, penulis mencari informasi mengenai proses pembuatan *game* hingga dapat di *publish* ke dalam media Android. Lalu, melakukan *preparing* untuk pembuatan game tersebut.

Pada tahap pembuatan *advergame* penulis berusaha untuk memastikan kelancaran proses produksi yaitu melakukan *briefing* dengan *programmer*, memastikan *programmer* agar sistem permainan sesuai yang diharapkan, komunikasi *programmer* dengan *game designer* agar sejalan dengan tujuan penulis

Efektivitas Advergame... Cella Angreni, FSD UMN, 2016

3. Kuesioner

Penulis meluncurkan *advergame* dan berfokus terhadap proses penyebaran *advergame* tersebut dengan mempersiapkan kuesioner, menyebarkannya sebanyak dua kali, sebelum dan sesudah memainkan *advergame*

4. SPSS

Penulis mempelajari *software* SPSS untuk mengetahui seberapa efektivitas *advergame* tersebut terhadap *interest* target penonton film *Lembayung Belakang Hari.*

Efektivitas Advergame... Cella Angreni, FSD UMN, 2016