

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam pengambilan dan pengolahan data, serta proses penelitian dan perancangan dalam pembuatan TVC dan media promosi perumahan Cerme Square Residence sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

3.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian menentukan sekali dalam memperoleh informasi untuk menyampaikan kebenaran dari suatu penelitian, karena tempat merupakan instrumen pokok dalam suatu penelitian kualitatif. Tempat penelitian yang akan peneliti gunakan adalah di perumahan Cerme *Square Residence* yang terletak di Jalan Raya Embong Kerang, Cerme, Gresik.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, Menurut Sandjaja dan Heriyanto (2006:49), Penelitian Kualitatif dilakukan dengan pendekatan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dengan metode kualitatif, diharapkan data yang diperoleh dapat sesuai dan terperinci untuk menunjang perancangan Iklan TVC perumahan Cerme Square Residence sebagai upaya peningkatan *brand awareness*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2009:225) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan.

Untuk memudahkan sistem kerja dalam hal desain terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data. Data yang terkumpul untuk suatu kasus desain ini kemudian dianalisa, Adapun teknik pengumpulan data dalam metode penelitian kualitatif ini adalah sebagai berikut :

3.3.1 Teknik Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan – bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena – fenomena yang dijadikan obyek pengamatan (Djaali & Muljono, 2007 : 16).

Pada teknik ini , peneliti melakukan pencatatan atau survey ke lapangan secara langsung ke lokasi pembangunan sekitar Cerme Square Residence yang berguna untuk mengetahui kegiatan masyarakat sekitar, dan mencari informasi situasi dari Cerme Square Residence.

3.3.2 Teknik Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, narasumber). Tujuan wawancara ini untuk mengumpulkan informasi yang

kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi. (Sulistyo & Basuki, 2006 : 173).

Pada sesi wawancara ini, dilakukan secara tidak terstruktur dan dijawab dengan lebih bersifat non formal. Pada teknik ini peneliti melakukan wawancara langsung kepada salah satu developer PT. Sukses Kreasi Bersama yaitu Bapak Andre, dan juga dilakukan wawancara pada beberapa masyarakat sekitar Cerme Square Residence.

3.3.3 Teknik Kepustakaan

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2001:113).

Sesuai dengan teori diatas, penulis mencari data menggunakan literatur yang meliputi desain komunikasi visual yaitu meliputi buku-buku, kamus dan internet yang memberikan informasi tentang desain komunikasi visual, branding, dan media promosi untuk mendukung perancangan iklan TVC perumahan Cerme Square Residence.

3.3.4 Studi Eksisting

Metode ini dilakukan untuk mengetahui media apa yang telah dibuat seperti *banner*, *billboard*, iklan poster, dan lain sebagainya.

Pada studi ini, Cerme Square Residence sebelumnya telah membuat media – media promosi seperti halnya brosur, *banner*, iklan poster, spanduk.

3.3.5 Studi Kompetitor

Metode kompetitor yang dilakukan oleh peneliti adalah menjelaskan kemiripan seperti konsep, teknik, dan lain – lain. Untuk diadaptasikan pada media yang akan dirancang.

3.4 Teknik Analisa Data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema atau kategori. (Esti Ismawati, 2009: 19) Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (1992:20) yaitu interactive model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu :

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu suatu pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada reduksi data, peneliti melakukan pemilihan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan aspek-aspek penting dalam proses merancang media promosi. Kemudian peneliti mereduksi data yang

dianggap penting dan menunjang penelitian, lalu membuang data-data yang tidak diperlukan.

b. Penyajian Data

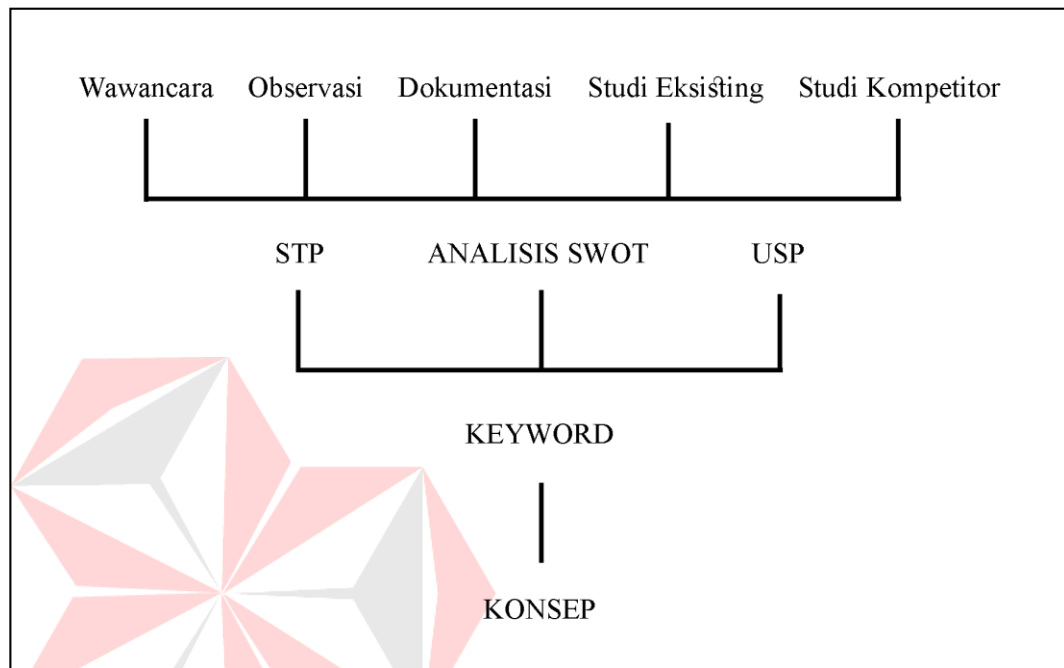
Data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam tahap ini diikuti oleh pengumpulan data informasi dari studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memperkuat hasil reduksi data sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Setelah data dan informasi terkumpul dan direduksi kembali, data kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi. Data-data yang saling berhubungan dikelompokkan sehingga terbentuk kelompok-kelompok data yang selanjutnya akan disimpulkan.

c. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian ini akan diungkap mengenai makna dari data yang dikumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan yang, kabur, kaku dan meragukan, sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi. Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang. Dengan mempelajari dan memahami kembali data-data hasil penelitian, serta meminta pertimbangan kepala berbagai pihak terkait mengenai data-data yang diperoleh dilapangan untuk merancang media promosi.

Analisis SWOT dan strategi utama yang dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan

sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang akan timbul. Tahap selanjutnya menentukan Keyword dan disimpulkan menjadi konsep.



Tabel 3.1 Perancangan Penelitian
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016