

UJIAN TENGAH SEMESTER (K8)

MATA KULIAH : METODE PENELITIAN KOMUNIKASI

DOSEN PENGAMPU : DR.IR RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.Si

Membuat tentatif proposal penelitian yang terdiri dari

BAB.1; JUDUL PENELITIAN

1.1 LATAR BELAKANG

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

1.3 RUMUSAN MASALAH

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

BAB 2 . TINJAUAN PUSTAKA

BAB3: METODE PENELITIAN YANG AKAN DIGUNAKAN

UJIAN BERUPA TUGAS INI DI KIRIM MELALUI E-LEARNING

**ANALISIS PRODUKSI AUDIO VISUAL MELALUI MEDIA
BARU DI KOTA PALEMBANG**



TUGAS MATA METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI

MARCOS MUSZYNSKI

NIM : 202910005

DOSEN PEMBIMBING :

Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka.MS

PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG 2020

BAB I

LATAR BELAKANG

Semua orang sudah mengetahui bahwa akhir-akhir ini yang namanya internet sudah menjadi kebutuhan dasar manusia di seluruh dunia. Tetapi mungkin yang belum diketahui adalah bahwa di Indonesia 150 juta pengguna internet menghabiskan rata-rata 8 jam 36 menit online setiap hari, lebih dari rata-rata global yang menghabiskan 6 jam dan 42 menit per hari. Waktu yang dihabiskan di media sosial juga melampaui rata-rata global. Orang Indonesia menghabiskan 3 jam 26 menit menjelajahi platform sosial, tertinggi keempat secara global, termasuk paling aktif di YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram (GlobalWebIndex's Trend Report, 2019). Negara ini muncul sebagai pemimpin global belanja online dengan lebih dari 86 persen pengguna telah membeli produk atau layanan secara online; peningkatan teknologi sosial, seperti *shoppable posts* Instagram dan *marketplace* Facebook, adalah salah satu pendorong yang berkontribusi pada pertumbuhan ini (The Jakarta Post, 2019).

Tidak diragukan lagi, alat yang paling berkontribusi pada kemajuan media baru ini adalah *handphone*, atau HP, yang disertai dengan murahnya dan popularitasnya. Alat ini menjadi semakin terjangkau dan semakin banyak fungsi di dalamnya, dari kamera ke aplikasinya. Dulu, produser video membutuhkan kamera besar, peralatan perekam audio, dan komputer yang kuat untuk mengedit film. Namun, saat ini, hanya monitor 6 inci, yang disebut ponsel, sudah mampu melakukan semua tugas rumit ini dalam beberapa detik dan dengan modal yang kecil. Ini adalah revolusi media baru yang telah mengubah dunia audiovisual.

Penulis ini berkeinginan untuk meneliti pola produksi video yang dipublikasikan di platform YouTube dan Instagram, dengan menganalisis 100 produksi berbeda yang difilmkan di kota Palembang dan juga yang paling banyak diakses. Video-video yang dipilih akan diklasifikasikan menurut bidang genre, tema, bahasa, fotografi dan teknik produksi serta teknik pasca produksi. Penelitian ini akan dilakukan menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif (*mix method*) dimana akan didapatkan hasil yang kemudian berdampak pada profil minat masyarakat Palembang, terutama orang audiens target yang berusia antara 15 dan 35 tahun.

1.1. Identifikasi Masalah

Sebagian besar penduduk tidak lagi menggunakan media massa sebagai media utama untuk menginformasikan diri atau mengkomunikasikan sesuatu. Sebaliknya, saat ini kebanyakan orang menggunakan media baru. Sebagai bukti dari perubahan ini, kami memiliki banyak produksi audio visual otentik yang berasal dari perumahan terkaya hingga kampung paling sederhana, tersedia gratis untuk semua orang di platform YouTube atau Instagram. Karena film ini tidak lagi hanya diproduksi oleh perusahaan besar, sulit untuk menentukan ciri-cirinya produk tersebut. Dengan demikian, tanpa pola produksi dan tanpa profil minat yang berhubungan dengan ciri-ciri itu, tidak mungkin bisa memahami kepentingan masyarakat, sehingga tidak memungkinkan untuk membuat produk baru berdasarkan kebutuhan tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis sejumlah produksi audio visual yang dipublikasikan melalui Youtube dan Instagram di kota Palembang, bagaimana pola produksi video serta profil minat masyarakat terhadap produk audiovisual.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola produksi video di Palembang serta profil minat masyarakat terhadap produk audiovisual.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

- a. Dasar teori komunikasi untuk analisis produksi audiovisual.
- b. Katalog film yang diproduksi di kota Palembang, menjadi sumber budaya dan bahasa yang relevan.

- c. Profil psikologis masyarakat Palembang, terutama yang berusia 15 hingga 35 tahun, mencantumkan minat yang ditampilkan dalam pesan video itu.
- d. Deskripsi teknis produksi konten audio visual sehingga dapat direproduksi atau ditingkatkan dalam produk baru, baik komersial, hiburan, atau budaya.

1.5. Batasan Masalah

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan memilih 100 video yang dipublikasikan di media Youtube dan Instagram. Pilihan video akan didasarkan pada jumlah akses yang diperoleh video ini. Konten audio visual ini harus memakai bahasa Palembang sehari-hari, diucapkan oleh penutur asli dari kota Palembang. Sumber produksi yang dipilih bisa jadi milik sekelompok pembuat, seperti di *channel* humoristis, serta oleh pembuat individu, misalnya Influencer.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Kajian Teori

Teori Komunikasi dalam Konteks Media Baru

Teori Audio Visual

Teori Psikologi Social Masyarakat

1.2. Penelitian Terdahulu

1.3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif (mix method). Untuk data yang kuantitatif, dengan kata lain, data yang bisa diukur dengan angka (numerik), semua angka yang berhubungan dengan ciri ciri video seperti genre, bahasa dan teknik produksi. Data ini bisa diolah lebih lanjut, dengan menggunakan rumus matematika.

Ada juga metodologi yang namanya kualitatif, dengan kata lain, data yang tidak dapat diukur dengan angka, semua informasi yang berhubungan dengan ciri ciri video seperti tema, alasan dan pesan. Data ini untuk mengetahui motivasi masyarakat terhadap kegiatan produksi video tersebut.

1.4. Hipotesis Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

McLuhan, Marshall. 1994. Understanding Media: The Extensions of Man, Cambridge: MIT Press

Mc Quail, Dennis. 2000. Mc Quail's Communication Theory (4^o edition). London: Sage Publications.

Mc Quail, Dennis. 2002. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage Publications.

Poster, Mark. 1997. Cyberdemocracy: Internet and Public Sphere, dalam Holmes, Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace, London: Sage Publication.

Smith, March. 1995. Voice from the Well: The Logic of the Virtual Commons', disertasi Ph.D. University of California <http://www.netscan.sscnet.ucla.edu/soc/esoc/papers/voices/Voices.htm>

D. A. Rupprecht, 2020. The Rise Of Social Media In Indonesia
<https://www.incify.co/the-rise-of-social-media-in-indonesia/>

Emily Wong, 2019. How Indonesians embrace the digital world.
<https://www.thejakartapost.com/academia/2019/03/18/how-indonesians-embrace-the-digital-world.html>

IPSOS, 2018. Instagram's Impact on Indonesian Businesses
<https://www.ipsos.com/en/instagrams-impact-indonesian-businesses>

Greenhouse, 2019. Indonesia's Social Media Landscape: An Overview.
<https://greenhouse.co/blog/indonesias-social-media-landscape-an-overview/>