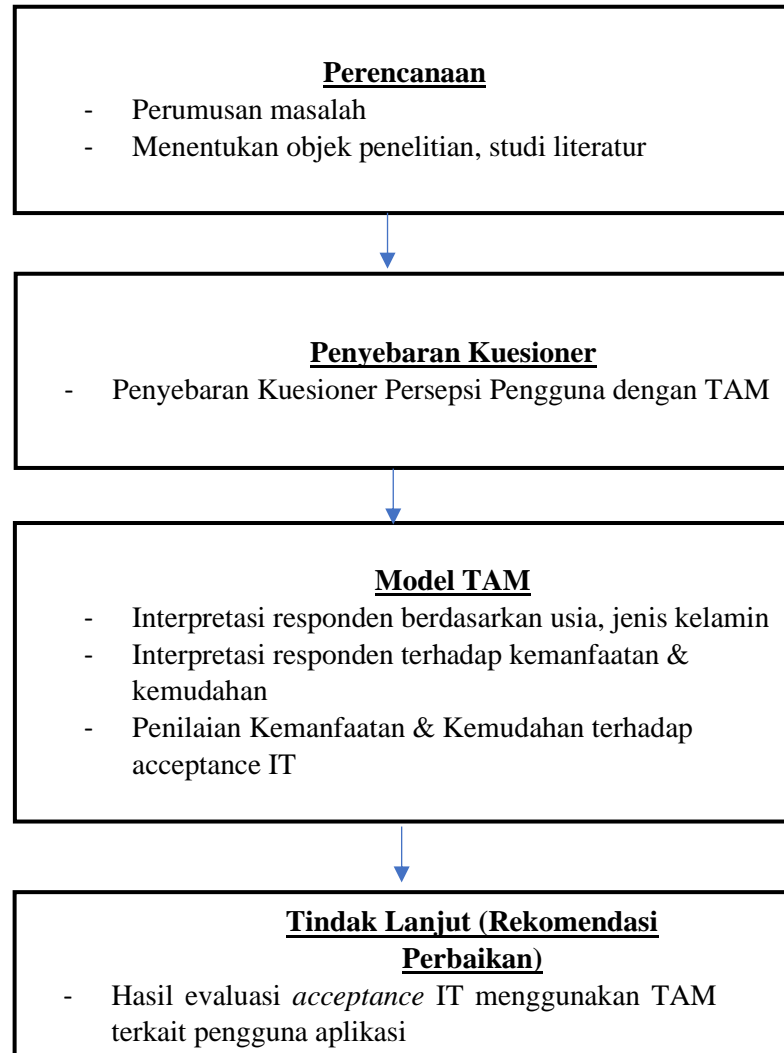


BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang ditunjukkan pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Tahapan Metodologi Penelitian

3.1 MAUANIMASI

Sejak berdiri pada tahun 2018, vendor MAUANIMASI ini telah menjadi salah satu umkm dalam bidang jasa video animasi dan desain grafis. Dengan kehadiran di berbagai *platform* media sosial, termasuk *Facebook* MAUANIMASI, *Instagram* @MAUANIMASI, *TikTok* @MAUANIMASI, dan *YouTube* mau_animasi. Keberadaannya di media sosial membuktikan komitmen untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren yang terus berkembang di dunia digital.

Di beberapa *platform* media sosial vendor MAUANIMASI secara *aktif* membagikan konten menggunakan kekuatan gambar atau video singkat, hal ini untuk menarik perhatian audiens, menggambarkan keunikan animasi yang dihasilkan. Strategi ini membantu membangun estetika *visual* yang khas dan meningkatkan daya tarik merek di kalangan pengguna media sosial terutama Instagram

Dengan strategi yang terintegrasi di berbagai *platform* media sosial, vendor animasi ini berhasil menciptakan kehadiran digital yang kuat dan relevan sejak awal berdirinya pada tahun 2018. Melalui upaya ini, mereka tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga memperdalam keterlibatan pengguna dan membangun fondasi yang kokoh di dalam industri animasi yang dinamis.

perubahan yang terjadi dalam ekosistem animasi seiring dengan perkembangan media sosial tersebut. Tahun demi tahun akan dianalisis untuk menyoroti perubahan tren, popularitas, dan inovasi dalam dunia animasi khususnya untuk media promosi melalui berbagai *platform* media sosial.

Belakangan ini dunia usaha berkembang dengan cepat. Ditandai dengan semakin banyak munculnya perusahaan-perusahaan, serta ide-ide untuk pengembangan suatu usaha itu sendiri, seperti mengadakan promo dan ingin meningkatkan laba agar usaha yang di kehendaknya terus berkembang serta menjadikan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang hendak berbelanja

Pada penelitian ini melihat seberapa besar tingkat kepuasan dan kemanfaatan dalam penggunaan aplikasi MAUANIMASI untuk memperhatikan aplikasi

Penelitian bertujuan untuk mengevaluasi tingkat penerimaan konsumen terhadap media promosi berbasis *Augmented Reality* (AR) menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM), Pendapat konsumen dijadikan sebagai masukan untuk pengembangan aplikasi selanjutnya, untuk memberikan rekomendasi pada perusahaan dalam mengembangkan media promosi yang lebih efektif dan menarik bagi konsumen berdasarkan hasil evaluasi penerimaan konsumen terhadap media promosi brosur berbasis AR menggunakan metode TAM.

MAUANIMASI berdiri sejak tahun 2018 yang terletak di Jl. Pulau Singkep, Gg. Garuda No.125, Kel. Sukarame Baru Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung. MAUANIMASI ini menjual jasa berupa video animasi dan desain grafis berupa digital dan cetak. MAUANIMASI buka dari pukul 08.00 – 17.00 WIB. Berikut Data Jumlah Karyawan pada MAUANIMASI :

Tabel 3.1 Data Jumlah Karyawan pada MAUANIMASI

No.	Bidang	Jumlah Karyawan
1	Animator	1
2	Admin	1
3	Voice Over + Marketing	1

Sumber data MAUANIMASI

Tabel 3.2 Data Pelanggan pada MAUANIMASI

No.	Tahun	Jumlah Pesanan
1	2018	15
2	2019	17
3	2020	16
4	2021	18
5	2022	16

6	2023	18
---	------	----

Sumber data MAUANIMASI

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Vendor MAUANIMASI jumlah pesanan untuk memesan jasa video animasi dan desain grafis di MAUANIMASI pada tabel diatas.

3.2 Perencanaan

Dalam tahap perencanaan ini yang akan dilakukan adalah menentukan *scope*, subyek, objek yang diteliti, berkomunikasi dengan pihak MAUANIMASI dengan menganalisa visi, misi, sasaran dan kebijakan-kebijakan (SOP) yang terkait dengan pengelolaan MAUANIMASI. Serta mengevaluasi konsumen terhadap pengguna aplikasi.

3.3 Penyebaran Kuesioner

Pada tahap ini yang akan dilakukan adalah pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara kuesioner wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan survey ke lokasi penelitian. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan metode kuesioner melalui *Google Form* tentang manfaat dan kegunaan aplikasi. Kuesioner dibagikan kepada responden yang tergolong yang berjumlah 50 orang yang menggunakan metode Slovin, dari total populasi 100 dari konsumen pengguna MAUANIMASI. Kuesioner ini menggunakan skala likert 1 – 5 dengan masing-masing bobot deskripsi yaitu :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu – Ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik

probability sampling yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus slovin. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah :

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan persamaan Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah elemen / anggota sampel

N = jumlah elemen / anggota populasi

e = error level (tingkat kesalahan) (catatan : umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10 % atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

3.3.1 Kuesioner Persepsi Pengguna Dengan Model TAM

Kuesioner ini berdasarkan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dari segi kemanfaatan (PU), kemudahan (PEU) pengguna dalam menggunakan aplikasi MAUANIMASI. Adapun kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut (Harsono, H., Sugiharto, 2021) :

Tabel 3.3 Kuesioner Persepsi Kemudahan Pengguna Untuk Aplikasi Media Promosi MAUANIMASI

Sumber : Teori Dasar *Technology Acceptance Model*

No.	Pertanyaan Kemudahan (PEU)	STS	TS	R	S	SS
1	Aplikasi ini mudah untuk dipelajari ?					
2	Navigasi pada aplikasi mudah digunakan ?					
3	Informasi yang diberikan pada aplikasi mudah ditemukan ?					

4	Informasi yang diberikan pada aplikasi mudah dipahami ?					
5	Tampilan antar muka Pada Aplikasi ini mudah dipahami ?					
6	Fungsi dan fitur Scan AR pada produk "cetak kaos" diaplikasi ini mudah digunakan ?					
7	Informasi yang diberikan pada produk "cetak kaos" mudah ditemukan ?					
8	Informasi yang diberikan pada produk "cetak kaos" mudah dipahami ?					
9	Fungsi dan fitur Scan AR pada produk "cetak bingkai" diaplikasi ini udah digunakan ?					
10	Informasi yang diberikan pada produk "cetak bingkai" mudah ditemukan ?					
11	Informasi yang diberikan pada produk "cetak bingkai" mudah dipahami ?					

Tabel 3.4 Kuesioner Persepsi Kemanfaatan Pengguna Untuk Aplikasi Media Promosi MAUANIMASI

No.	Pertanyaan Kemanfaatan (PU)	STS	TS	R	S	SS
1	Aplikasi ini bermanfaat dalam membantu menemukan produk yang dicari ?					
2	Aplikasi ini bermanfaat dalam memberikan informasi produk yang ingin dibeli ?					
3	Aplikasi ini menyediakan pilihan produk yang bermanfaat sesuai dengan preferensi Anda?					
4	Produk "cetak kaos" bermanfaat dalam memberikan informasi produk yang dibeli ?					
5	Produk "cetak kaos" bermanfaat dalam memberikan produk yang sesuai dengan preferensi Anda?					
6	Produk "cetak bingkai" bermanfaat dalam memberikan informasi produk yang dibeli ?					
7	Produk "cetak bingkai" bermanfaat dalam memberikan produk yang sesuai dengan preferensi Anda?					

3.3.2 Penilaian Persepsi Kemanfaatan & Kemudahan Terhadap Acceptance IT

Pada tahap ini dilakukan persepsi kemanfaatan dan kemudahan aplikasi MAUANIMASI terhadap *acceptance IT* berdasarkan interpretasi *responden* dari kriteria usia dan jenis kelamin untuk mengetahui seberapa besar manfaat dan kemudahan aplikasi MAUANIMASI.

3.3.3 Pelaporan

Setelah pelaporan kuesioner disebarakan maka akan didapat data yang akan diproses untuk dihitung berdasarkan perhitungan *responden* dari persepsi terhadap kemanfaatan (PU) dan kemudahan pengguna (PEU)

3.3.4 Tindak Lanjut (Rekomendasi)

Hasil akhir yang dilakukan adalah memberikan laporan hasil berupa :

- a. Mengevaluasi media promosi brosur berbasis *Augmented Reality* berdasarkan temuan dari persepsi konsumen tentang kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dari aplikasi.
- b. Memberikan interpretasi dari hasil pengujian sesuai dengan model yang digunakan, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*.
- c. Memberikan rekomendasi perbaikan yang tepat sasaran terhadap aplikasi MAUANIMASI untuk mengikatkan promosi terhadap calon konsumen.