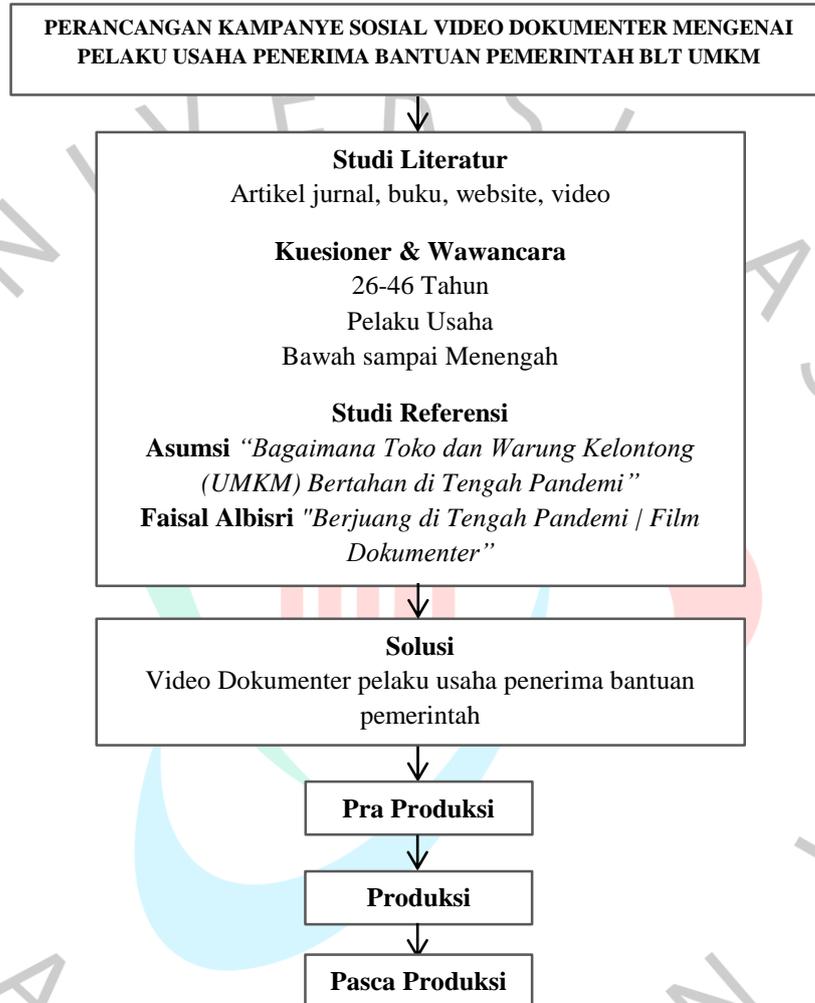


## BAB III METODOLOGI DESAIN

### 3.1. Sistematika Perancangan

Tabel 3.1. Sistematika perancangan



### 3.2. Metode Pencarian Data

Penelitian ini menggunakan metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif, maka dari itu berikut pengumpulan data yang dilakukan dalam proses penganalisaan pada penelitian ini, yaitu:

### 1. Studi literatur

Studi literatur merupakan metode pertama yang dilakukan peneliti agar mendapatkan informasi-informasi yang aktual serta meriset mengenai topik yang diangkat melalui jurnal-jurnal ilmiah dan situs-situs terpercaya yang berhubungan dengan bantuan pemerintah yaitu program BLT UMKM. Supaya dalam mengerjakan penelitian ini, terdapat sumber yang jelas serta berkredibilitas baik sehingga data-data pada teori tersebut dijadikan landasan perancangan penelitian ini.

### 2. Kuesioner dan Wawancara

Menyebarkan kuesioner kepada para pelaku usaha mengenai dimulai sejak kapan mereka memulai usahanya dan dampak apa yang diakibatkan dari pandemi covid-19 ini lalu bertanya mengenai informasi BLT UMKM diketahuinya atau tidak serta menanyakan pendapat mengenai media apa yang sesuai untuk informasi tentang cara mendapatkan BLT UMKM dan saran mengenai penelitiannya ataupun mengenai visual tersebut. Lalu juga dilakukannya wawancara dengan topik dan pertanyaan yang sama kepada para pelaku usaha supaya dapat memastikan secara langsung mengenai apa yang diinginkan pelaku UMKM juga mendapatkan informasi yang lebih jelas dan detail. Dari hasil wawancara ini, data yang diperoleh dari setiap wawancara akan digabungkan dengan hasil kuesioner yang telah dibagikan sebelumnya, agar semua data yang telah terkumpul dapat dibuat kesimpulan dan menjadi landasan penelitian ini.

### 3. Studi Referensi

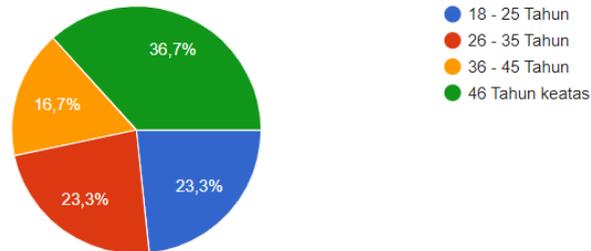
Studi referensi dilakukan dengan mengambil sampel beberapa video seperti video dokumenter yang informasinya tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Dari referensi tersebut, akan dilakukannya analisis untuk mendapatkan visual yang baik serta juga pastinya dijadikan sebuah referensi untuk pembuatan video dokumenter.

### 3.3. Hasil Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Data Kuesioner dan Hasil Wawancara

Umur

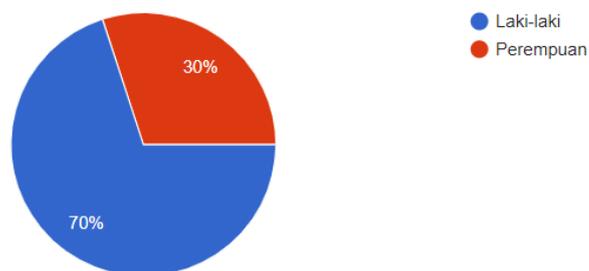
30 jawaban



Hasil dari pencarian data yang disebar dengan bantuan kuesioner, peneliti mendapatkan 30 responden pelaku UMKM yang sudah membantu mengisi kuesioner ini. Pada rentan usia, data dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 46 Tahun keatas sebanyak 36,7%, lalu pada urutan kedua dan ketiga mempunyai nilai persentase yang sama yakni 23,3% dimana usia responden masing-masing ialah 26 – 35 Tahun dan 18 – 25 Tahun, serta pada persentase terkecil ada pada responden yang berusia 36 – 45 Tahun dengan nilai persentase 16,7%.

Jenis Kelamin

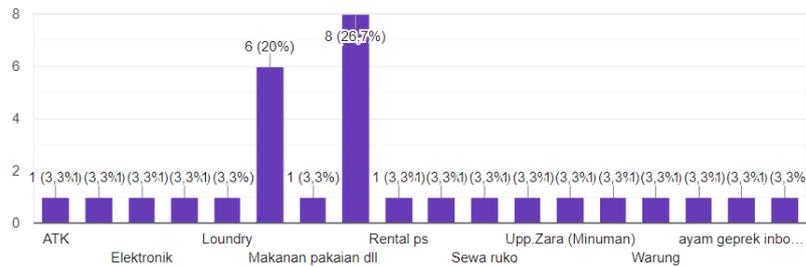
30 jawaban



Pertanyaan kedua mengenai jenis kelamin responden, yang dimana para pelaku usaha didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan nilai persentase mencapai 70% dan nilai persentase pada perempuan mencapai 30% saja.

Nama Usaha (Bidang Usaha, contoh:warung,makanan, pakaian, elektronik, otomotif, dll)

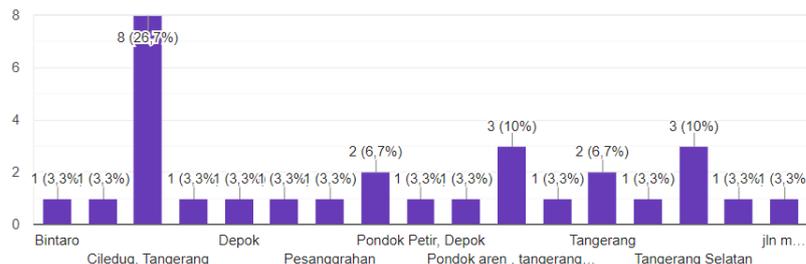
30 jawaban



Pertanyaan ketiga ialah perihal nama usaha dan bidang usaha apa yang dijalani pelaku UMKM, peneliti mengidentifikasi jawaban tersebut, dimana terdapat kesalahan jawaban yang diterima, alhasil mendapatkan jawaban yang beragam, akan tetapi peneliti akan merangkum sesuai bidang usaha yang dijalani saja. Hasil dari rangkuman tersebut ialah dari 30 responden, bidang usaha yang mendominasi terdapat dua bidang usaha yaitu, makanan dan minuman lalu juga pakaian dengan masing-masing total mencapai 10 responden pada bidang usaha tersebut. Lalu disusul oleh bidang usaha warung yang mendapatkan 2 responden. Dan pada bidang lainnya hanya mendapatkan 1 responden, berikut bidang usahanya: (1) makanan dan minuman juga pakaian, (2) alat tulis kantor, (3) elektronik, (4) binatu, (5) rental *playstation*, (6) menyewakan ruko, (7) hewan peliharaan, dan (8) air isi ulang.

Lokasi Usaha (Kecamatan, Kota, contoh:Ciledug, Tangerang)

30 jawaban

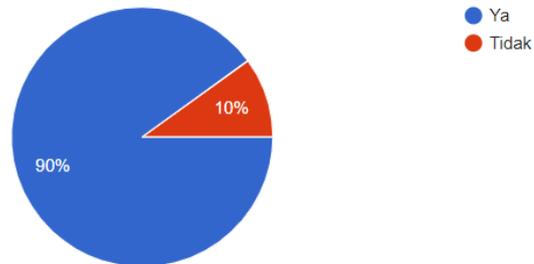


Pada pertanyaan selanjutnya, peneliti menanyakan lokasi usaha yang dijalani dan lagi-lagi terdapat banyak jawaban dari responden yang beragam. Setelah dirangkum dan dikategorikan menjadi lokasi usaha berdasarkan kota, dari 30 responden paling banyak responden menjalankan usahanya di kota Tangerang dengan total 16 responden, disusul pada kota Tangerang Selatan

dengan total responden mencapai 10 responden, lalu sisanya ada di kota Depok dan Jakarta Selatan dengan masing-masing responden 2 dan 1.

Apakah sebelum virus corona melanda Indonesia usaha Anda berjalan lancar?

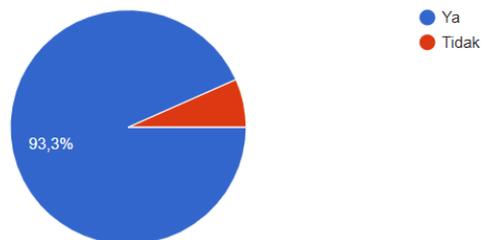
30 jawaban



Pertanyaan selanjutnya mengenai kelancaran bisnis yang dijalani apakah berjalan dengan lancar sebelum datangnya pandemi, dan dari 30 responden menjawab 90% responden memberikan jawaban lancar dan sisanya tidak lancar dengan persentase 10%.

Lalu, setelah virus corona melanda Indonesia, apakah usaha Anda terkena dampaknya?

30 jawaban



Masuk pada pertanyaan setelah pandemi covid-19 masuk ke Indonesia, bisnis yang dijalani para pelaku usaha didominasi dengan jawaban terkena dampak dari pandemi tersebut dengan persentase 93,3% dan yang tidak terdampak pandemi hanya mencapai 6,7% saja dari 30 responden yang menjawab.

## Apa dampak yang diperoleh dari virus corona pada usaha Anda

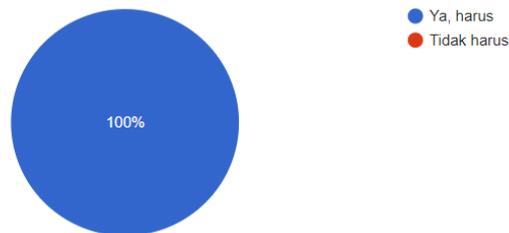
30 jawaban

Penjualannya menurun banget		Penjualan menurun
Turun drastis jualannya		Penurunan penjualan
Sepi pembeli	Belom terkena imbasnya karena baru memulai usaha	Penjualan menurun drastis
Omzet menurun	Sepi nya minat untuk membeli	Menjadi sepi
Engga begitu berdampak cuman pembayaran telat dikit	Pendapatan semakin kecil, karena untuk modal belanja untuk buka usaha tergolong mahal sejak ada pandemi ini. Walaupun terbelang tidak stabil untuk harga agernya.	Sepi tidak ada yg mengesol lagi / jarang ada yg ngesol
50% menurun penjualan	Tidak ada	Yg laundry berkurang
Pemasukkan berkurang	menurunnya omset penjualan	Kerugian karena sepi
Menurun penjualan	Berkurangnya jumlah pembeli dikarenakan pembatasan atau darurat PPKM	Setoran macet
Sepi yang beli	Usaha menjadi sepi karena bahan pokok menjadi mahal	Susah untuk dijualnyaa kurang peminatnya
	Omset Menurun	
	Pendapatan/omset menurun	

Lalu pertanyaan selanjutnya mengenai dampak yang diakibatkan adanya pandemi covid-19 dengan total 30 responden menjawab dengan beragam jawaban dan setelah dirangkum berikut hasil datanya. 17 responden memberikan jawaban penurunan penjualan, lalu disusul dengan 9 responden yang menjawab sepi pembeli, dan masing-masing jawaban terdapat 2 responden yaitu tidak terdampak dan setoran menjadi telat.

Menurut Anda, apakah Pemerintah seharusnya memberikan bantuan bagi para pelaku UMKM yang terkena efek dari virus corona ini?

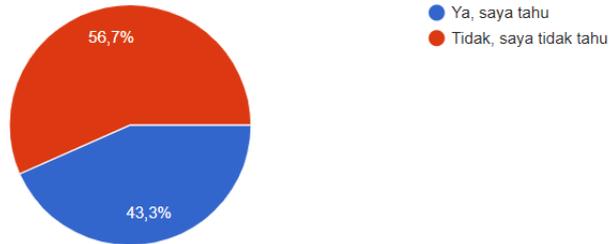
30 jawaban



Dan pertanyaan selanjutnya mengenai perlukah pemerintah memberikan bantuan, dan dari total 30 responden, 100% semua menjawab pemerintah seharusnya memberikan bantuan pada pelaku UMKM.

Namun, Pemerintah sudah memberikan bantuan berupa tunai dengan sebutan Bantuan Langsung Tunai (BLT), Apakah Anda sudah mengetahuinya?

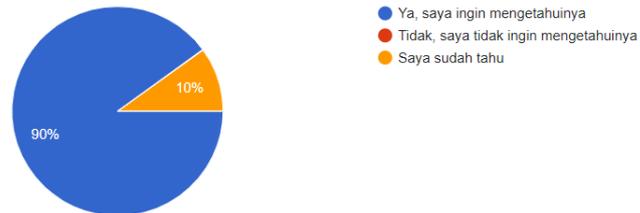
30 jawaban



Pertanyaan selanjutnya mengenai pengetahuan bantuan pemerintah yaitu BLT UMKM, dari 30 responden yang memberikan jawaban, 56,7% menjawab tidak mengetahui adanya bantuan tersebut, sedangkan 43,3% menjawab telah mengetahui BLT UMKM tersebut.

Jika tidak tahu, apakah Anda ingin mengetahui apa itu BLT dan bagaimana cara mendapatkan bantuan tersebut?

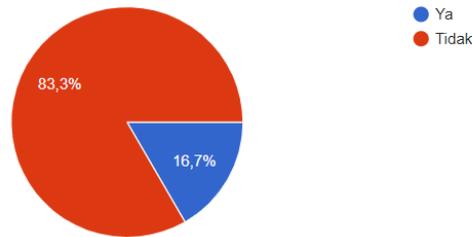
30 jawaban



Selanjutnya terdapat pertanyaan mengenai cara mendapatkan bantuan tersebut dan dari 30 responden, jawaban yang mendominasi ialah ingin mengetahuinya dengan total persentase mencapai 90%, sedangkan yang mengetahui tentang bantuan tersebut hanya mencapai 10% saja.

Apakah Anda sudah pernah menemukan informasi mengenai BLT yang berupa video atau poster?

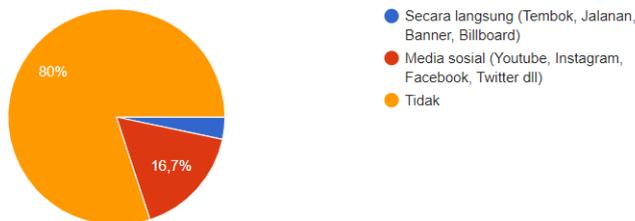
30 jawaban



Pertanyaan selanjutnya mengenai informasi BLT yang mereka lihat atau temukan, dari 30 responden menjawab, 83,3% menjawab tidak pernah menemukan informasi BLT dan yang menjawab pernah melihatnya hanya mencapai 16,7% saja.

Jika iya, dimana Anda melihat informasi tersebut? (Jika tidak, maka jawab "tidak")

30 jawaban



Lalu pertanyaan selanjutnya mengenai dimana mereka menemukan informasi mengenai BLT, dari 30 responden menjawab, 80% menjawab tidak menemukan informasi tersebut, lalu disusul oleh media sosial yang mencapai 16,7% dan sisanya mengetahui secara langsung mencapai hanya dengan persentase 3,3% saja.

Apakah ada saran mengenai penelitian ini? (Jika tidak, maka jawab "tidak")

30 jawaban

Tidak	
Tidak ada	Seharusnya ada solusi dari pemerintah agar tidak lockdown dan penjualan tetap berjalan
Harus lebih adil dalam memberi bantuan atau harus tepat sasaran	Lebih jelas buat videonya
Buat poster yang bikin narik masyarakat dan untuk video untuk penjelasannya BLT itu apa dan kegunaannya lain - lain.	Dibikin se jelas mungkin, disebarluaskan yang banyak
Ada mas, saya rasa masih banyak yang tidak mengetahui program BLT, jikalau ada pun langkah-langkah yang seharusnya di tempuh untuk mendapatkan BLT harus tepat & jelas informasinya, agar seluruh penerima informasi BLT dapat mudah mengerti pesannya.	Videonya harus jelas
TIDAK	Harusnya jangan lockdown, biar tetap stabil usahanya
Tetap Semangat, buatlah informasi yang menarik dan jelas, agar sampai kepada target yang dituju	Bikinnya yang jelas ya mas
Lebih diperjelas	

Dari 30 responden yang mengisi pertanyaan mengenai saran untuk penelitian atau pembuatan informasi mengenai BLT ini, terdapat beragam jawaban yang diberikan dan peneliti telah merangkumnya. Sebanyak 19 responden tidak memberikan saran, lalu terdapat 9 responden yang memberikan saran bahwasannya pembuatan informasi ini nantinya harus dibuat dengan jelas dan menarik agar pelaku usaha mengerti apa isi informasi yang disampaikan dan juga harus disebarluaskan, lalu sisanya terdapat 2 responden yang memberikan jawabannya untuk pihak pemerintah yaitu seharusnya jangan di *lockdown*, karena dengan menggunakan kebijakan tersebut, para pelaku usaha tidak dapat menjalankan usahanya.

### 3.3.2. Studi Referensi

Referensi yang digunakan untuk perancangan kampanye sosial mengenai pelaku usaha penerima bantuan pemerintah BLT UMKM yaitu referensi pertama didapatkan dari situs video dokumenter yang diambil dari *channel* Youtube bernama Asumsi dengan judul “Bagaimana Toko dan Warung Kelontong (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi?” yang telah diposting pada 29 Juni 2020. Dan referensi kedua diambil dari *channel* Youtube bernama Faisal Albisri dengan judul video “Berjuang di Tengah Pandemi | Film Dokumenter” yang telah diposting pada tanggal 18 Mei 2020. Berikut dua referensi dari video dokumenter yang sudah didapatkan:

#### 3.3.2.1 Referensi Video Dokumenter

##### a. Video Dokumenter dari *channel* Youtube Asumsi





Gambar 3.1. Screenshot video dokumenter Asumsi

(<https://www.youtube.com/watch?v=B2iW3vs9LbQ&list=LL&index=7&t=55s>)

## 1. Audio Visual

Dalam video dokumenter yang berjudul “Bagaimana Toko dan Warung Kelontong (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi?” ini bisa dikatakan menarik untuk sebagian penonton yang tidak ada suara melainkan suara narator atau *voice over* saja. Karena dalam video dokumenter ini, audio visual yang mengiringi video tersebut dari awal hingga akhir hanyalah suara narasi juga suara narasumber yang tanpa adanya musik latar yang mengiringi. Hal ini dapat memengaruhi minat penonton yang tidak adanya musik latar dalam video dokumenter.

## 2. Visual

### a. Pengambilan gambar

*Shot* yang paling banyak digunakan dalam video dokumenter ini ialah menggunakan jenis *long shot*. Dimana *shot* ini digunakan untuk bisa memperlihatkan keseluruhan dari objek atau subjek yang digunakan sebagai fokus utama pengambilan gambar. Lalu tambahan-tambahan *footage* dengan menggunakan drone sebagai alat pengambilan videonya. Serta pada saat *scene* wawancara, jenis pengambilan gambar yang digunakan menggunakan

jenis *medium shot* agar lebih berfokus pada narasumber yang sedang disorot. Pergerakan kamera pada video ini terbilang lebih banyak menggunakan *still camera* agar berkesan untuk dapat memperlihatkan sekitar dengan fokus tanpa pergerakan.

b. Warna

Dalam video dokumenter yang dibuat Asumsi ini, penggunaan warna yang digunakan dalam video tersebut bisa dikatakan menggunakan warna natural atau warna asli, warna yang sama dengan warna pada saat pengambilan gambar tersebut dilakukan. Bisa dibilang video tersebut tidak mengubah warna dari aslinya.

c. Tipografi

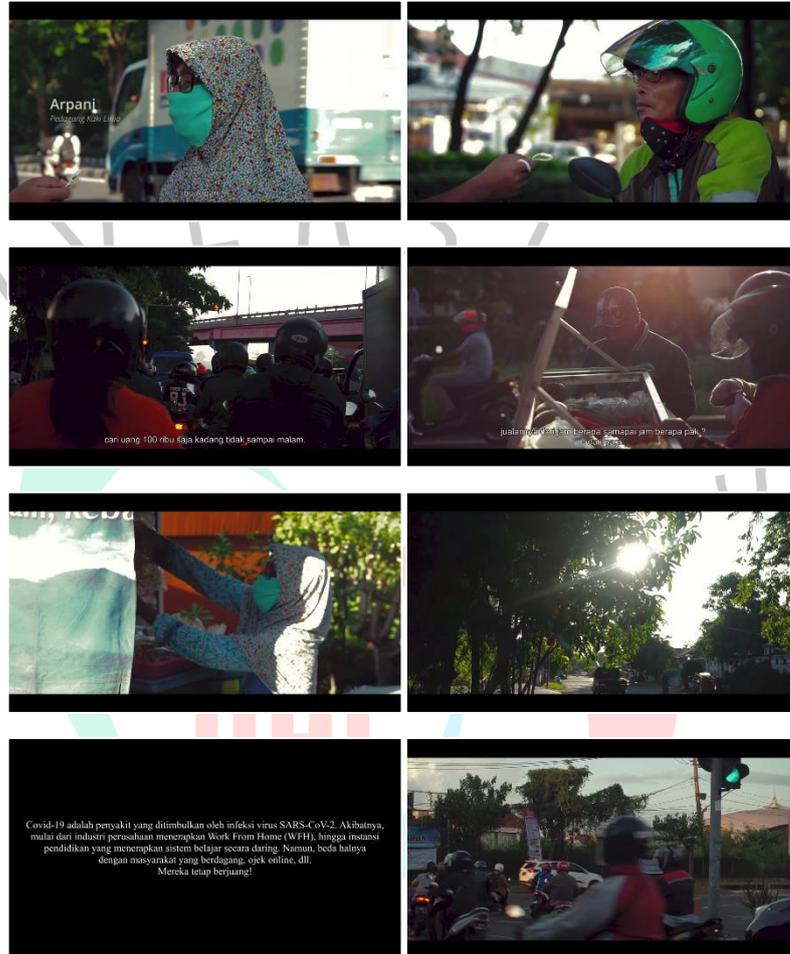
Tipografi yang digunakan dalam video dokumenter yang dibuat oleh tim Asumsi menggunakan jenis huruf serif. Bisa dikatakan video dokumenter ini mempunyai target penonton yang serius untuk menonton video tersebut. Karena jenis font seperti serif ini terbilang kaku dan jadal sehingga untuk menampilkan suatu data-data dalam video dokumenter bisa dikatakan pilihan yang tepat. Terlebih beberapa kata dan kalimat menggunakan *font* yang berbeda untuk menonjolkan apa yang ingin diperlihatkan pada penonton.

3. Isi Pesan

Perekonomian Indonesia menjadi kacau karena dilumpuhkannya sektor yang paling penting dalam Indonesia yaitu UMKM yang disebabkan oleh pandemi covid-19. Karena pandemi, banyak masyarakat yang takut untuk keluar rumah walau hanya untuk ke warung atau toko kelontong. Para pemilik warung atau toko kelontong pun bingung harus bagaimana untuk menerapkan protokol kesehatan yang baik dan benar karena informasi mengenai hal tersebut belum jelas

adanya. Sehingga menyebabkan penurunan penjualan bagi warung atau toko kelontong tersebut.

**b. Video Dokumenter dari *channel* Youtube Faisal Albisri**



*Gambar 3.2. Screenshot video dokumenter Faisal Ablisri*

(<https://www.youtube.com/watch?v=B2iW3vs9LbQ&list=LL&index=7&t=55s>)

**1. Audio Visual**

Dalam video dokumenter yang berjudul “Berjuang di Tengah Pandemi | Film Dokumenter” ini diiringi dengan musik latar yang bernuansa memotivasi untuk bangkit. Karena musik latar tersebut diawali dengan ritme yang pelan dan diakhiri dengan ritme lebih cepat dari sebelumnya. Juga musik latar yang digunakan menggunakan genre musik *orchestra instrumental*. Sehingga musik yang dihasilkan bisa sangat menginspirasi para pendengar.

## 2. Visual

### a. Pengambilan gambar

Teknik *shot* untuk pengambilan gambar bagian footage menggunakan banyak teknik seperti, *long shot*, *close up* juga *medium shot*. Lalu pada bagian wawancara dengan narasumber, teknik pengambilan gambar yang digunakan ialah *medium close up*. Pergerakan kamera yang ada dalam video dokumenter ini hampir semua teknik pengambilan gambar menggunakan teknik *still camera* dengan menggunakan tangan sebagai alat menopang kamera tanpa peralatan lain.

### b. Warna

Dalam video dokumenter yang dibuat oleh Faisal Albisri dan temannya, tone warna yang digunakan dalam video tersebut lebih kearah warna oranye karena saat pengambilan video tersebut pada waktu siang ke sore hari. Juga warna lebih dipertajamkan sehingga video tersebut terlihat lebih berwarna dari warna aslinya. Warna jingga atau oranye mempunyai kesan untuk dapat memberikan motivasi untuk bangkit.

### c. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam video dokumenter yang dibuat oleh Faisal Albisri juga temannya menggunakan jenis huruf serif untuk menampilkan beberapa kalimat yang mengandung data-data yang berkesinambungan dengan video tersebut. Lalu penggunaan font sans serif juga digunakan sebagai subtitle dari video tersebut. Font yang sangat baik untuk digunakan, karena jenis font sans serif ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi.

## 3. Isi Pesan

Kegiatan jual beli yang biasa dilakukan terjadi penurunan persentase dikarenakan adanya covid-19 yang melanda Indonesia sehingga terjadinya penurunan pendapatan yang dialami oleh para pelaku usaha.

### 3.4. Analisa Data

Setelah terkumpulnya referensi yang ada untuk menjadi gambaran pembuatan video dokumenter mengenai penerima bantuan pemerintah, selanjutnya masuk pada analisa data mengenai video dokumenter testimoni yang telah dibuat dan juga diposting pada media sosial dari KemenKop UKM, berikut penjelasan mengenai kelebihan dan kekurangan dari video dokumenter testimoni yang telah dibuat:

#### 3.4.1. Analisa Video Dokumenter BPUM Bantu Pedagang Kelontong



Gambar 3.3. Screenshot video dokumenter BPUM bantu pedagang kelontong ([https://www.instagram.com/tv/CXyffeEBvFW/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CXyffeEBvFW/?utm_source=ig_web_copy_link))

## 1. Audio Visual

Dalam video dokumenter yang telah dibuat oleh tim KemenKop UKM dengan judul “BPUM Bantu Pedagang Kelontong di Aceh Tambah Barang Dagangan dan Rak” ini, audio yang ada dalam video tersebut hanya terdapat suara asli dari narasumbernya saja tanpa adanya musik latar yang mengiringi video tersebut. Lalu adanya suara dari orang lain atau dari luar yang menabrak suara narasumber sehingga dapat mengganggu suara asli dari narasumber tersebut.

## 2. Visual

### a. Pengambilan gambar

Teknik *shot* dari pengambilan gambar pada video tersebut ialah menggunakan *handheld*, yaitu memegang kamera tanpa bantuan apapun melainkan menggunakan tangan sendiri dengan kamera yang digunakan menggunakan kamera gawai atau *handphone*. Pengambilan gambar dilakukan dengan secara langsung tanpa adanya persiapan apapun sehingga terlihat dari pengambilan gambar tersebut hanya sekali *take*, atau sekali *shot* saja tanpa ada tambahan *shot* apapun. Sehingga bisa dikatakan, pengambilan gambar ini menggunakan teknik *following/tracking*, namun tidak mengikuti narasumber bergerak melainkan mengikuti jawaban dari narasumber, terlihat saat narasumber memberikan jawaban menambah barang dagangannya kamera memperlihatkan barang dagangan narasumber tersebut, lalu saat narasumber menjawab membeli rak baru, kamera diarahkan pada rak yang narasumber baru beli.

### b. Warna

Dalam video tersebut, warna yang dipilih untuk ditampilkan ialah menggunakan warna natural dari pengambilan videonya secara langsung. Terlihat dari video

tersebut tidak ada warna yang sedikit mencolok ataupun memudar.

c. Tipografi

Tipografi dalam video yang telah dibuat oleh tim KemenKop UKM ialah tidak menggunakan tipografi sama sekali. Video tersebut dikemas dengan benar-benar diambil secara biasa tanpa adanya tambahan informasi apapun melalui tipografi.

3. Isi Pesan

Bantuan pemerintah sangat membantu pelaku usaha warung kelontong yang ada di Aceh dengan betul-betul memanfaatkan bantuan tersebut seperti membeli barang dagangan supaya terlihat penuh lagi dan juga membeli sebuah rak untuk menaruh barang dagangan lainnya.

KELEBIHAN	KEKURANGAN
<p><b>KONTEN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah bantuan disebutkan</li> <li>2. Kegunaan bantuan disebutkan dan diperlihatkan</li> </ol>	<p><b>KONTEN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video testimoni yang dikemas secara monoton/biasa.</li> <li>2. Tidak menjelaskan keberlangsungan usaha sebelum dan saat pandemi</li> <li>3. Tidak adanya video tambahan mengenai cara mendapatkan bantuan tersebut</li> </ol>
<p><b>VISUAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Narasumber dan usahanya terlihat jelas</li> </ol>	<p><b>VISUAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video tanpa tambahan teks subtitle untuk memperjelas jawaban yang diberikan narasumber</li> <li>2. Tidak menampilkan teks mengenai nama dan usahanya</li> <li>3. Video menggunakan kamera gawai/<i>handphone</i></li> <li>4. Terdapat banyak gangguan suara</li> </ol>

### 3.4.2. Analisa Video Dokumenter Pedagang Baju dan Sandal Menerima BPUM



Gambar 3.4. Screenshot video dokumenter pedagang baju dan sandal menerima BPUM

([https://www.instagram.com/tv/CIQVswj4mc/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CIQVswj4mc/?utm_source=ig_web_copy_link))

#### 1. Audio Visual

Dalam video dokumenter yang telah dibuat oleh tim KemenKop UKM dengan judul “BPUM Pedagang Baju dan Sandal menerima BPUM” ini, audio yang ada dalam video tersebut menggunakan ritme sedikit cepat namun bukan pada arah menenangkan melainkan semangat juang. Yang diartikan pada video ini semangat dari pelaku usaha yang tidak pernah pudar walau saat pandemi.

## 2. Visual

### a. Pengambilan gambar

Teknik *shot* dari pengambilan gambar pada video tersebut ialah menggunakan berbagai teknik seperti, *Medium Shot* saat melakukan sesi wawancara, lalu ada *close up* juga *full shot* saat mengambil video-video *footage* dari usaha narasumbernya. Untuk pergerakan kameranya sendiri, saat melakukan sesi wawancara, pergerakan kameranya ialah diam ditempat sedangkan saat mengambil video *footage*, dua teknik pergerakan kamera digunakan seperti *pedestal* dan juga *crab*.

### b. Warna

Dalam video tersebut, warna yang dipilih untuk ditampilkan ialah menggunakan warna natural dari pengambilan videonya secara langsung. Terlihat dari video tersebut tidak ada warna yang sedikit mencolok ataupun memudar.

### c. Tipografi

Tipografi dalam video yang telah dibuat oleh tim KemenKop UKM ialah menggunakan jenis *sans serif*. Hal ini terbilang cocok untuk menyampaikan informasi karena *font* dari *sans serif* mempunyai tingkat keterbacaan yang tinggi. Namun sangat disayangkan ukuran dari *font* yang digunakan untuk *subtitle* terlalu besar.

## 4. Isi Pesan

Untuk pelaku usaha mikro juga kecil, tetap semangat dalam menjalani usahanya, bantuan pemerintah tersebut sangat bermanfaat dan berguna baginya.

KELEBIHAN	KEKURANGAN
<p><b>KONTEN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah bantuan disebutkan</li> <li>2. Kegunaan bantuan disebutkan</li> <li>3. Menyampaikan harapannya untuk bantuan pemerintah selanjutnya</li> <li>4. Menceritakan keberlangsungan usahanya sebelum dan saat pandemi</li> </ol>	<p><b>KONTEN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video dikemas secara terburu-buru</li> <li>2. Kegunaan bantuan tidak diperlihatkan bahwa bantuan tersebut sudah dibelikan barang untuk usahanya</li> <li>3. Tidak adanya video tambahan mengenai cara mendapatkan bantuan tersebut</li> </ol>
<p><b>VISUAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Narasumber dan usahanya terlihat jelas</li> <li>2. Tidak hanya ada <i>scene</i> wawancara melainkan ada tambahan <i>scene</i> memperlihatkan usahanya</li> <li>3. Ditampilkannya nama dan usahanya menggunakan teks</li> <li>4. Terdapat <i>subtitle</i></li> </ol>	<p><b>VISUAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video <i>shaking</i>/tidak stabil saat memperlihatkan usahanya</li> <li>2. <i>Subtitle</i> dengan ukuran <i>font</i> yang terlalu besar</li> <li>3. Musik latar yang terbilang kurang cocok</li> </ol>

Pada bagian analisa data ini, semua semua data yang ingin dianalisa datangnya dari melakukan semua kegiatan untuk mengumpulkan data yang nanti akan menjadi landasan dalam merancang visual kampanye sosial ini. Seperti melakukan studi literatur, lalu juga membagikan formulir kuesioner kepada pada pelaku usaha juga melakukan sebuah wawancara pada pelaku usaha itu sendiri, kegiatan terakhir untuk mengumpulkan data mengenai penelitian ini ialah studi referensi. Setelah itu masuk pada tahap analisa data mengenai semua data yang telah diambil, berikut analisisnya:

### 3.4.3. Analisa Kuesioner dan Wawancara

Pertanyaan mengenai dampak apa yang diakibatkan dari pandemi covid-19 bagi para pelaku usaha, terdapat banyak sekali jawaban yang beragam yang dilontarkan pada responden pelaku usaha. Sebanyak 17 responden memberikan jawaban penurunan penjualan, lalu disusul dengan 9 responden yang menjawab sepi pembeli, dan masing-masing jawaban terdapat 2 responden yaitu tidak terdampak dan setoran menjadi telat. Hal ini tentunya berujung pada

perekonomian pelaku usaha yang semakin hari semakin menurun dengan meningkatkan jumlah kebutuhan hidup sehari-hari. Berbeda dengan yang terdapat 2 responden mengatakan tidak terdampak dan 2 responden lagi menjawab setoran macet itu dikarenakan bagi yang tidak terdampak, kedua responden itu baru memulai usahanya setelah kebijakan pemerintah yang mulai longgar dan untuk kedua responden yang menjawab setoran menjadi telat itu dikarenakan yang responden 1 ada pada bidang usaha menyewakan ruko dan yang mengisi ruko tersebut terkena dampak dari pandemi ini sehingga pembayaran untuk penyewaan ruko tertunda. Sedangkan untuk responden kedua itu ada pada bidang usaha berbagai macam seperti makanan, pakaian dll. Responden ini mempunyai anggota karyawan untuk menjual kembali pakaian dan lainnya akan tetapi karyawan ini tidak memiliki pemasukkan yang baik sehingga setoran uang pada responden ini juga tertunda. Jadi dari 30 responden

- pelaku usaha, 28 diantaranya mengalami kerugian yang diakibatkan dari pandemi.

Lalu pada pertanyaan mengenai apakah para responden mengetahui bantuan pemerintah melalui KemenKop dan UKM serta cara mendapatkannya. Terdapat 56,7% menjawab tidak mengetahui adanya bantuan tersebut, sedangkan 43,3% menjawab telah mengetahui BLT UMKM tersebut. Setengah lebih dari jumlah responden tidak mengetahui adanya bantuan tersebut sedangkan setengah kurangnya mengetahui bantuan tersebut. Setelah itu pertanyaan mengenai apakah para responden ingin mengetahui cara mendapatkan bantuan tersebut. Jawaban yang mendominasi ialah ingin mengetahuinya dengan total persentase mencapai 90%, sedangkan yang mengetahui tentang bantuan tersebut hanya mencapai 10% saja. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak responden yang hanya mengetahui bantuan pemerintahnya saja tanpa mengetahui cara mendapatkan bantuan tersebut. Terbukti bahwa yang mengetahui cara mendapatkannya hanya mencapai 10% dari 100% responden.

Lalu pertanyaan mengenai apakah para responden sudah pernah menemukan informasi mengenai BLT UMKM yang berupa video atau poster. Sebanyak 83,3% menjawab tidak pernah menemukan informasi tersebut baik

berupa video maupun poster, lalu tersisa 16,7% responden yang menemukan informasi mengenai BLT UMKM baik berupa video maupun poster. Lalu saat ditanya mengenai dimana para responden mendapatkan informasi mengenai BLT UMKM tersebut. Sebanyak 80% menjawab tidak menemukan informasi tersebut, lalu disusul dengan persentase 16,7% responden yang menjawab telah menemukan informasi mengenai BLT UMKM ini di media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, dll. Dan persentase yang tersisa hanyalah 3,3% yang menemukan informasi mengenai BLT UMKM secara langsung seperti di tembok, jalanan, *banner*, dan *billboard*.

Banyak dari responden yang terkena dampak dari pandemi covid-19 bahkan hampir seluruhnya terkena dampak pandemi pada usahanya. Karena pandemi, dampaknya menyebabkan kerugian juga penurunannya pemasukkan. Oleh karena itu, responden sangat berharap adanya bantuan dari pemerintah yang diberikan kepada para pelaku usaha. Namun sangat disayangkan, responden yang mengetahui tentang bantuan pemerintah seperti BLT UMKM lebih mendominasi daripada yang sudah mengetahui bantuan tersebut. Oleh karena itu diperlukannya sebuah video dokumenter untuk dapat memberikan informasi mengenai bantuan tersebut.

### **1. Analisa Studi Referensi**

Studi referensi yang dilakukan untuk penelitian menggunakan dua referensi video dokumenter untuk dapat mengetahui bagaimana cara membuat video dokumenter dengan baik dan benar. Yang pertama ada video dari Asumsi yang dipostingnya pada platform Youtube dengan judul “Bagaimana Toko dan Warung Kelontong (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi?”, lalu yang kedua ada video dari Faisal Albisri yang diposting pada tanggal 18 Mei 2020 di platform Youtube dengan judul “Berjuang di Tengah Pandemi | Film Dokumenter”. Dari kedua video dokumenter tersebut, sama-sama bercerita mengenai perjuangan pelaku usaha yang berjuang saat pandemi melanda. Referensi pertama menggunakan teknik *shot* dan pergerakan kamera yang bermacam-macam, sedangkan pada referensi kedua, terpaku pada *shot-shot* yang jaraknya dekat seperti *close up* dan *medium close up*. Pada referensi pertama, video dokumenter dikemas secara natural tanpa adanya *color grading*

ataupun warna yang diubah dalam pengeditannya serta kecepatan pada video-video yang ada tidak ada yang dipercepat atau diperlambat, sedangkan pada referensi kedua, video dokumenter dikemas dengan gaya *cinematic*, dengan warna yang diubah sedikit untuk mendapatkan kesan warna jingga yang motivasinya untuk dapat bangkit dari keadaan tersebut serta membuat video-video *footage*-nya dirubah menjadi lebih lambat dari kecepatan aslinya. Lalu pada saat *scene* data-data yang diperlihatkan, pada video referensi pertama menggunakan *voice over* untuk membacakan data tersebut, sedangkan untuk referensi kedua, penonton dipaksa untuk membaca sendiri karena tidak adanya *voice over* yang membacakan data yang ditampilkan tersebut. Pada aspek audio visual, referensi pertama sama sekali tidak menggunakan musik latar sebagai pengiring video dokumenter tersebut, sedangkan pada referensi kedua, musik latar yang mengiringi video dokumenter tersebut sangat cocok dengan apa yang ditampilkan. Dengan adanya musik latar, membuat referensi kedua lebih menarik dari referensi pertama bagi sebagian penonton yang menyukai adanya musik latar di sebuah video tertentu.

## **2. Analisa Video Dokumenter Testimoni Sebelumnya**

Setelah melihat video dokumenter testimoni yang dibuat oleh tim KemenKop UKM, terdapat beberapa aspek penting yang dikira masih kurang dan bisa dibuat lebih baik lagi dari sebelumnya. Dari kedua testimoni tersebut, video memang sudah jelas mengenai apa yang ingin disampaikan, akan tetapi pada referensi pertama video terlihat monoton yang memang benar-benar seadanya dalam membuat testimoni tersebut tanpa adanya *shot* lain melainkan menggunakan sekali *shot* saja serta video tersebut menggunakan kamera gawai/*handphone* untuk pembuatannya serta pada visual kurangnya teks *subtitle* juga nama dan usahanya agar bisa lebih jelas informasinya juga pada audio yang banyak gangguan dari suara lain. Lalu pada referensi kedua video dibuat seakan-akan terburu-buru demi durasi yang pendek, hal ini terlihat dari cepatnya *cut-to-cut* dari tiap *shot*-nya ditambah dengan musik latar yang terlalu cepat untuk jenis dokumenter dan pergerakan kamera yang terlihat tidak stabil membuat visual kurang baik. Akan lebih baik lagi jika video dikemas dengan tidak terburu-buru juga dibuat dengan lebih banyak *shot* mengenai wawancara

narasumber serta usaha yang dijalani. Penambahan teks juga pemilihan jenis dan ukuran font yang tepat dirasa dapat menjadikan video menjadi lebih baik lagi. Serta audio visual dengan ritme yang tidak terlalu cepat dapat membuat video menjadi semakin lebih baik dari sebelumnya.

### **3.5. Kesimpulan Hasil Analisa dan Pemecahan Masalah**

Hasil analisa data telah dibuat, lalu sekarang masuk dalam tahap kesimpulan dan hasil analisa dan pemecahan masalah yang ada. Berikut penjelasan kesimpulan yang dapat diambil dari semua data diatas:

1. Hasil dari penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada pelaku usaha dapat disimpulkan bahwa 100% dari mereka terkena dampak pandemi yang sudah memulai usahanya sebelum virus corona muncul di Indonesia.
  - Hal ini menyebabkan jawaban dari para pelaku usaha mengenai apakah pemerintah seharusnya memberi bantuan dengan jawaban harus dengan persentase 100%.
2. Hasil dari penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada pelaku usaha dapat disimpulkan bahwa pemerintah sudah memberikan bantuan untuk para pelaku usaha yang terdampak pandemi, namun hanya setengah dari total responden yang mengetahui tentang bantuan tersebut. Terlebih saat ditanya mengenai cara-cara untuk mendapatkan bantuan tersebut, yang tadinya mereka mengetahui BLT, namun tidak dengan cara mendapatkannya, terbukti persentase jawaban tersebut mencapai 90% dan hanya 10% saja yang mengetahuinya.
3. Hasil dari penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada pelaku usaha dapat disimpulkan bahwa mereka kebanyakan tidak menemukan informasi mengenai bantuan pemerintah BLT UMKM. Sebanyak 83,3% responden yang mengisi, mereka tidak menemukan informasi mengenai bantuan pemerintah tersebut baik berupa video maupun poster. Dan sekalinya mereka menemukan informasi mengenai bantuan tersebut, media sosial menjadi jawaban terbanyak dengan persentase 16,7% dibanding menemukan informasi tersebut secara langsung seperti di tembok, jalan,

*banner* ataupun *billboard* yang mempunyai persentase hanya 3%. Hal ini menandakan bahwa responden kekurangan informasi mengenai bantuan pemerintah BLT UMKM baik berupa video maupun poster dan sekaligus mereka menemukan informasi tersebut, mereka menemukannya di media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, dll.

4. Dari hasil studi referensi yang ditemukan, keberhasilan dalam pembuatan video dokumenter untuk dapat membuat penontonnya mendapatkan pesan apa yang disampaikan, dibutuhkan video yang dikemas secara baik dan lengkap, baik dari konten yang diberikan maupun visual yang diperlihatkan. Dalam konten, terdapat data juga isi yang harus jelas dan sesuai dengan fakta yang ada. Lalu dalam visual, teknik pengambilan gambar, pergerakan kamera, serta warna dan audio harus direncanakan dan dipilih sesuai dengan apa yang dibutuhkan.