

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tahun 2021, UMKM di Indonesia sudah diakui oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021) sebagai pendukung perkembangan dan pilar penting ekonomi nasional karena sebagian besar pelaku usaha di Indonesia termasuk pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Setiap tahunnya, jumlah pelaku UMKM di Indonesia terus bertambah, dari tahun 2010 hingga 2017 saja, jumlah PDB UMKM naik 2 kali lipat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM yang dikutip dari kemenkeu.go.id (2021), jumlah UMKM sekarang menyentuh 64,2 juta unit dengan pemasukan terhadap PDB sebanyak 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional termasuk kemampuan mempekerjakan 97% dari banyak tenaga kerja yang ada dan menyediakan 99% lapangan pekerjaan.

Dengan perkembangan UMKM di Indonesia, berdasarkan tribunnews.com hanya 29% pelaku UMKM di Indonesia yang memanfaatkan ekosistem digital dan online untuk mengelola usaha mereka (Yovanda, 2022). Sehingga banyak UMKM yang tidak mampu berkembang dan mempertahankan usahanya. Berbagai program telah dilakukan oleh pemerintah, sektor swasta, dan tidak sedikit juga Yayasan UMKM turut berdiri (ekon.go.id, 2021). Salah satunya yang sering melakukan pembinaan adalah *Wiranesia Foundation*, sebuah Yayasan yang fokus membina UMKM berbasis digital dan sosial untuk menaikkan kelas dan memajukan UMKM Indonesia sejak didirikannya pada tahun 2017.

Wiranesia Foundation atau singkatnya disebut *Wiranesia*, telah meluncurkan “Gerakan DigiNesia” yang merupakan Gerakan Digitalisasi UMKM Indonesia dengan slogan “UMKM Indonesia 100% GO Digital” yang telah menjangkau 111 Kabupaten dan 52 Kota dari 27 Provinsi. Dalam keaktifannya, *Wiranesia* sudah melakukan kerja sama dengan Institusi Pemerintahan Kota Bekasi dan BPJS Ketenagakerjaan, beberapa Institusi Pendidikan, kemudian dengan Institusi Swasta dan masih banyak lagi. Dalam *Wiranesia Foundation*, terdapat beberapa program yang berbeda-beda yaitu, program *Wiranesia Inkubator* yang merupakan platform

inkubasi kewirausahaan, kemudian program Sertifikasi Digipreneur, program DigiMentor, dan sebagainya.

Dilihat dari perbandingan jumlah UMKM di Indonesia yaitu 64,2 juta dan anggota Wiranesia Foundation yaitu 1.485 anggota, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang Wiranesia *Foundation*. Meskipun selama ini media informasi yang telah digunakan oleh Wiranesia sudah bisa dibidang sangat beragam yaitu meliputi *website*, Youtube, dan akun Instagram, tetapi berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada salah satu Webinar Wiranesia, peserta mengeluh bahwa informasi mengenai program-program Wiranesia yang sudah tersedia masih sulit untuk dipahami karena belum cukup efektif, mengandung banyak istilah, dan desainnya kurang menarik.

Selain itu pula, berdasarkan data yang didapat dari media sosial Instagramnya (*wiranesia_inkubator*) melalui *hypeauditor.com*, Wiranesia *Foundation* dengan 19,8 ribu pengikut mendapatkan rata-rata 8 *likes* dan 0 komentar dengan *engagement rate* sebesar 0.04%. Kemudian Wiranesia kerap mengunggah gambar/foto yang sama dalam jarak yang dekat. Dapat disimpulkan bahwa konten yang diberikan oleh Wiranesia masih kurang *engaging* dan monoton. Lalu, menurut kutipan *tekno.kompas.com* dari riset *Google in search 2019*, masyarakat Indonesia lebih suka menerima informasi dan berita terbaru melalui video. Selain lebih menarik, menerima informasi secara video juga mendorong penonton untuk lebih memahami informasi secara nyata dan eksklusif (Salsabila, 2019).

Dampaknya, perkembangan program-program dari Wiranesia *Foundation* belum bisa bergerak dengan cepat dan masih banyak pelaku UMKM di luar sana yang belum memahami secara baik tentang Yayasan tersebut. Maka dari itu, berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan dengan *founder* dari Wiranesia *Foundation*, Yayasan tersebut membutuhkan media informasi baru dengan memanfaatkan media informasi digital yang berbentuk video, dapat menarik perhatian, mudah dipahami dan efektif seperti *motion graphic*.

Motion graphic adalah suatu media yang mengandung unsur visual dan *audio* yang berisikan informasi yang efektif sehingga mempunyai keunggulan, yaitu masyarakat yang melihat dapat menerima informasi dengan lebih mudah dan cepat.

Penggunaan media ini dapat menyederhanakan pesan yang ingin disampaikan dari data yang sudah tersedia dengan membagi data-data tersebut ke dalam rangkaian bagian visual sehingga informasi yang disajikan menjadi jauh lebih sederhana namun tetap menarik untuk dilihat. Kemudian pula, manusia lebih mudah dan banyak mencerna informasi dengan lewat sistem visual (*Crooks*, dkk, 2014:45).

Dari pemaparan permasalahan di atas, perlu adanya perancangan *motion graphic* sebagai media informasi *Wiranesia Foundation*, maka dari itu judul penelitian yang dipilih adalah “Perancangan *Motion Graphic* sebagai Media Informasi *Wiranesia Foundation*” sebagai topik perancangan tugas akhir ini. Dengan merancang media informasi *motion graphic* tersebut diharapkan *Wiranesia Foundation* dapat lebih dikenal di kalangan pelaku usaha UMKM, maupun masyarakat umum, dan informasi mengenai *Wiranesia Foundation* dapat lebih mudah dipahami dengan cepat juga mampu menarik pelaku UMKM lainnya agar mengikuti program *Wiranesia* sehingga dapat meningkatkan kelas, citra, dan mendorong perkembangan UMKM dan perekonomian di Indonesia lebih lanjut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dari Yayasan UMKM *Wiranesia Foundation* dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang *Wiranesia Foundation*
- b. Informasi mengenai program-program *Wiranesia* yang sudah tersedia masih sulit untuk dipahami oleh masyarakat umum dan pelaku UMKM karena mengandung banyak istilah
- c. Konten media sosial yang diberikan oleh *Wiranesia* masih kurang *engaging* dan monoton

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana membuat perancangan *motion graphic* sebagai media informasi *Wiranesia Foundation*?”

1.4 Ruang Lingkup

Dalam hubungannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual dengan peminatan *Designpreneur*, penelitian dan perancangan ini akan berfokus untuk menaikkan *awareness* dan mempermudah penyampaian informasi dari Wiranesia *Foundation* seperti pada yang dijabarkan di bawah ini:

1.4.1 Apa

Perancangan tugas akhir ini difokuskan pada penelitian perancangan *motion graphic* sebagai media informasi demi menaikkan *awareness* dari Wiranesia *Foundation* dan menjadikan informasi juga program seputar yayasan lebih mudah dipahami oleh khalayak ramai dan para pelaku UMKM

1.4.2 Siapa

Wiranesia foundation adalah sebuah Yayasan yang fokus membina UMKM berbasis digital dan sosial untuk menaikkan kelas dan memajukan UMKM di Indonesia sejak didirikannya pada tahun 2017.

1.4.3 Kapan

Pengumpulan data serta perancangan dilaksanakan sejak bulan Februari 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022.

1.4.4 Dimana

Wiranesia *Foundation* beroperasi di seluruh Indonesia, namun berpusat pada daerah Jabodetabek tepatnya pada Jakarta Selatan.

1.4.5 Kenapa

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menaikkan *awareness* dari Wiranesia *Foundation* dan menjadikan informasi juga program seputar yayasan lebih mudah dipahami sehingga dapat menjadi Yayasan ternama dan mengajak lebih banyak pelaku UMKM di Indonesia untuk maju bersama.

1.4.6 Bagaimana

Perancangan ini berfokus tentang bagaimana informasi mengenai Wiranesia *Foundation* dapat dipahami dengan lebih mudah oleh masyarakat umum dan Pelaku UMKM melalui *Motion Graphic* sebagai media informasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah perancangan *motion graphic* sebagai media informasi untuk meningkatkan *awareness* mengenai Wiranesia *Foundation* secara lebih efektif dan bahasa yang sederhana.

1.6 Metode Pengumpulan Data

A. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis segala hal yang bersangkutan dengan permasalahan yang diselidiki (Supardi, 2006:88). Metode observasi dilakukan terhadap media visual yang telah dibuat, diterbitkan, dan di unggah oleh Wiranesia Foundation seperti, logo, konten Instagram, *website*, dsb.

B. Wawancara

Metode wawancara adalah proses komunikasi di antara dua pihak, yang salah satunya memiliki sebuah tujuan antisipasi dan serius, juga biasanya merupakan kegiatan tanya jawab (A.Fadhallah, 2021:1). Wawancara dapat dilakukan dengan cara menyatakan beberapa rangkaian pertanyaan terkait objek penelitian secara langsung dan lisan kepada narasumber terkait (Soewardikoen, 2019:53).

Kegiatan Wawancara ada perlunya melakukan pendekatan kepada narasumber terlebih dahulu dengan cara membuka diri kepada narasumber dan membuat kesan saling percaya. Lalu, pewawancara pun tidak boleh merasa lebih tinggi dari narasumber (Soewardikoen, 2019:53).

Dalam metode wawancara, ada dua teknik yaitu, wawancara mendalam dan wawancara terstruktur. Wawancara mendalam merupakan metode wawancara tanpa adanya daftar pertanyaan sehingga kegiatan bersifat fleksibel dan mengalir tanpa batasan waktu. Sedangkan wawancara terstruktur merupakan metode wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan dan sering dipilih sebagai basis dalam perbandingan antar opini (Soewardikoen, 2019:58).

Dalam perancangan ini, penelitian akan menggunakan metode wawancara mendalam dan terstruktur terhadap Owner/Founder dari Wiranesia, Dr. Faransyah Agung Jaya, SE, MSF, ACC, melalui media konferensi daring Zoom. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai Wiranesia secara detail. Mulai dari visi-misi dari komunitas dan juga perjalanan dari terbentuknya di tahun 2017. Wawancara mendalam juga dilakukan pada salah satu anggota binaan Wiranesia Foundation dan juga pelaku UMKM, Ibu Fitriani Harun Udin.

Kemudian, metode wawancara terstruktur terhadap narasumber ahli motion graphic dalam penelitian perancangan ini yaitu, Dosen Desain Komunikasi Visual, Bapak Irfan Dwi Rahadiano.

C. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau bidang yang harus diisi oleh responden. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang banyak dalam waktu yang singkat dan responden yang banyak secara tertulis di media yang sudah tersedia (Soewardikoen (2019:59).

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel : Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Dalam perancangan ini, metode kuesioner digunakan dengan cara menyebar angket dalam bentuk Google Form secara daring yang berisi rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan media informasi *motion graphic* dan juga Yayasan UMKM Wiranesia *Foundation*. Responden yang dituju dalam pengambilan data adalah orang-orang rentang usia 20-55 tahun,

perempuan dan laki-laki, dan tinggal di Indonesia, khususnya Jabodetabek dan Bandung dengan jumlah perkiraan responden kurang lebih 100 orang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui minat, tanggapan masyarakat mengenai Wiranesia *Foundation* dan pengaruh media informasi *motion graphic*.

D. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik mengkaji buku, literatur, catatan ilmiah yang mempunyai hubungan dengan keadaan sosial seperti budaya, nilai, dan aturan yang berkembang pada objek penelitian. Studi pustaka adalah salah satu hal yang paling penting dalam sebuah penelitian karena penelitian tidak lepas dari literatur ilmiah (Sugiyono, 2012:291).

Metode ini digunakan dalam penelitian perancangan dengan cara mencari sumber-sumber literatur dari buku, jurnal, atau catatan yang berkaitan dengan topik penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjadi basis data agar dapat memperkuat dan menjadi acuan proses perancangan.

1.7 Metode Analisis Data

Menurut Soewardikoen (2019:59), Metode Analisis Data adalah cara menghubungkan rumusan masalah dan kerangka teori dengan data yang telah diperoleh. Secara prinsip, analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian yang sedang dilakukan dengan mengolah data yang sudah diperoleh menggunakan teori bersangkutan yang disusun menjadi sebuah kerangka.

Dalam perancangan ini, metode analisis data yang digunakan untuk mengolah data yang telah diperoleh adalah, antara lain:

a. Analisis Matriks Perbandingan

Menurut Soewardikoen, suatu matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, bisa berbentuk konsep atau kumpulan informasi. Pada dasarnya, analisis matriks adalah sebuah *juxtaposition* atau membandingkan secara mensejajarkan objek visual dan dinilai dengan satu tolak ukur yang sama, sehingga dapat memperlihatkan perbedaannya, maka dapat memunculkan sebuah gradasi (Soewardikoen, 2013:50).

Metode Analisis Matriks Perbandingan digunakan untuk membandingkan visual untuk perancangan *motion graphic* sebagai media informasi Wiranesia *Foundation* yang serupa, yaitu *Motion Graphic Company Profile* Koperasi Astra International, *Motion Graphic Profil Semen Indonesia*, *Motion Graphic Company Profile SAFECO.ID* yang sebelumnya sudah ada dengan berbasis pada landasan teori dan juga hasil kuesioner sebagai dasar perbandingannya.

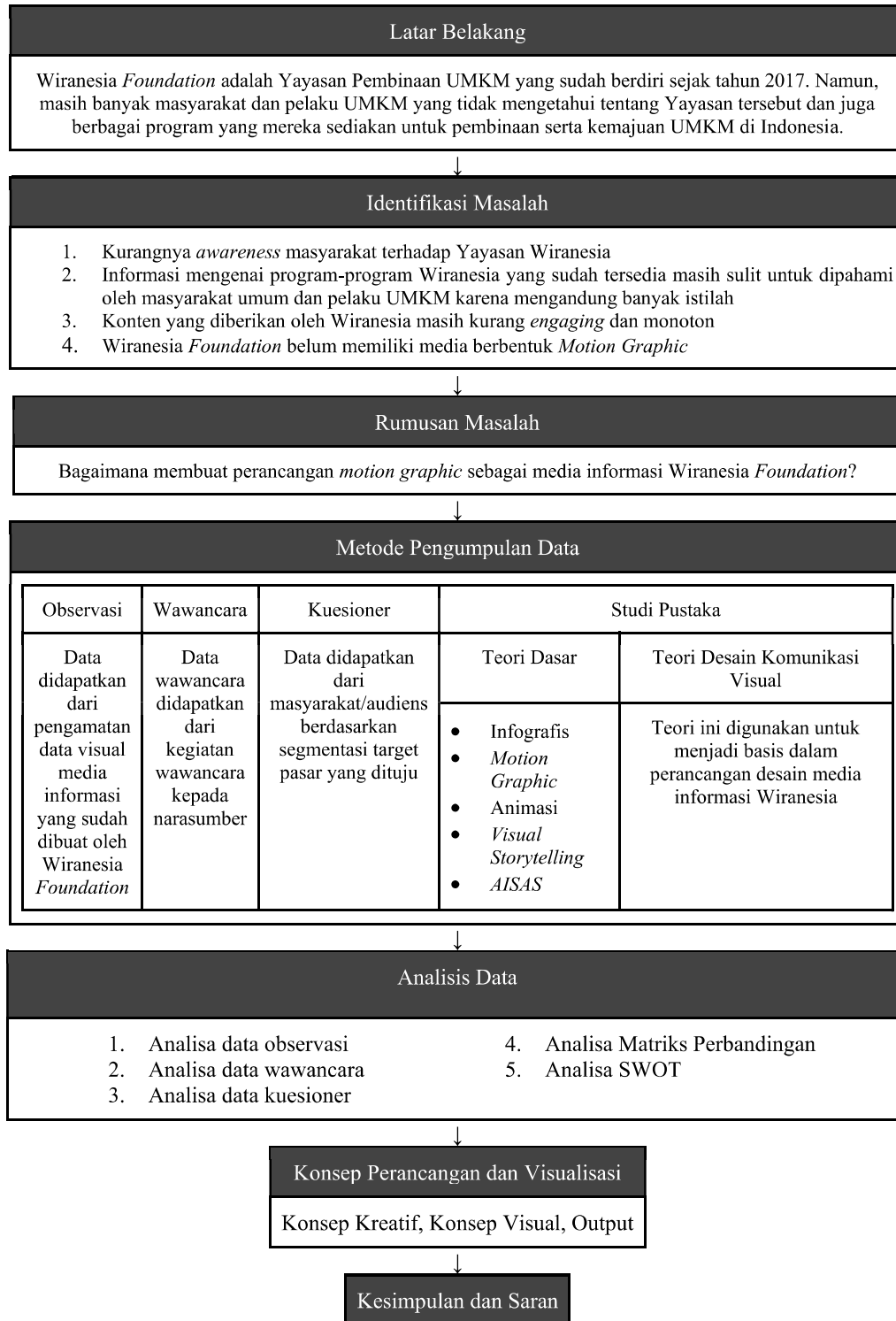
b. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang bertujuan untuk mengevaluasi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) dalam sebuah proyek. Keempat faktor tersebut kemudian disingkat menjadi SWOT (Rangkuti, 2016:10).

Metode ini digunakan untuk menentukan faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung ataupun yang tidak mendukung untuk dikembangkan, ditonjolkan, dan menjadi faktor yang ditunjukkan dalam perancangan *motion graphic* sebagai media informasi Wiranesia *Foundation*.

1.8 Kerangka Penelitian

Tabel 1.1. Kerangka Penelitian



1.9 Pembabakan

Sistematika penulisan yang akan dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang dari fenomena, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan mengenai penulisan tugas akhir perancangan *motion graphic* sebagai media informasi Yayasan UMKM Wiranesia *Foundation*.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini berisi mengenai uraian teori yang didapatkan dari metode studi pustaka yang akan digunakan dalam penelitian sebagai basis pemikiran utama untuk perancangan *motion graphic* sebagai media informasi Yayasan UMKM Wiranesia *Foundation*.

BAB III URAIAN DATA & ANALISIS MASALAH

Pada bab ini menjelaskan tentang data-data yang diperoleh mulai dari proses wawancara, kuesioner, hingga data pesaing sejenis. Kemudian, data tersebut akan dianalisis dengan basis teori yang telah dijelaskan pada bab ii dasar pemikiran dan disimpulkan menjadi dasar dari konsep perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep dari perancangan media informasi Wiranesia serta proses perancangan yang akan dicantumkan secara detail dari penjelasan konsep sampai implementasi pada media.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan untuk penulisan tugas akhir ini dan saran yang dapat melengkapi penelitian agar dapat menjadi lebih baik.