

VIDEO PENDEK SEBAGAI MEDIA INFORMASI DALAM KAMPANYE YUK NGE-BUS

Ni Putu Eka Putri Wulandari¹, Ngurah Adhi Santosa², A.A. Ngurah Bagus Kesuma Yudha³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: ekaputri1827@gmail.com¹, adhisantosa@std-bali.ac.id², agungyudhafilms@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2023
Accepted : April, 2023
Publish online : Mei, 2023

ABSTRACT

The number of units of existing modes of transportation makes traffic jams unavoidable, especially in the Denpasar area. In Denpasar itself, there are already several public transportation in the form of buses that can be used as an alternative mode of transportation to avoid feeling tired with the density of vehicles. However, because there is still a lack of socialization about the bus, there are still many people who are not interested in using the bus as a daily mode of transportation. Because of this, the author is interested in designing a media campaign that invites people to take the bus. Data was collected through observation, interviews, questionnaires, documentation, literature review, and internet studies. Using campaign media in the form of information videos as a medium for disseminating information.

Key words : *media, campaign, bus, information*

ABSTRAK

Banyaknya unit moda transportasi yang ada, membuat kemacetan tidak bisa dihindari, khususnya daerah Denpasar. Di Denpasar sendiri sudah terdapat beberapa angkutan umum berupa bus yang dapat dijadikan sebagai alternatif moda transportasi untuk menghindari rasa lelah dengan kepadatan kendaraan. Namun karena masih kurangnya sosialisasi mengenai bus tersebut, masih banyak masyarakat yang kurang minat untuk menggunakan bus sebagai moda transportasi sehari-hari. Karena hal tersebut penulis tertarik untuk merancang sebuah media kampanye yang mengajak masyarakat untuk naik bus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, kajian kepustakaan, serta kajian internet. Menggunakan media kampanye berupa video informasi sebagai media untuk menyebarkan informasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa penulis ingin merancang media kampanye yang mengandung mengenai cara naik bus, cara pembayaran serta manfaat naik bus untuk masyarakat agar mau dan memiliki keinginan untuk menggunakan angkutan umum berupa bus di Denpasar.

Kata kunci : *media, kampanye, bus, informasi*

PENDAHULUAN

Di era modern seperti sekarang ini, transportasi merupakan salah satu kebutuhan penting dalam berjalannya suatu kehidupan. Secara umum transportasi merupakan kegiatan mengangkut serta memindahkan sesuatu dari tempat yang satu ke tempat lain.

Di Bali sendiri banyak terdapat moda transportasi, seperti contohnya sepeda motor, mobil, bus, truk dan lain lain. Pada tahun 2021 tercatat ada 3.877.595 unit sepeda motor, 465.282 unit mobil penumpang, 8.911 unit bus di Bali [1]. Dengan jumlah unit kendaraan sebanyak itu membuat kemacetan tidak dapat dihindari. Masyarakat yang memiliki banyak kegiatan diluar ruangan pun akan sangat merasa tidak nyaman karena kepadatan tersebut. Namun dalam melakukan sebuah kegiatan seperti berangkat ke sekolah, ke kantor, ke pasar, serta liburan pasti sangat dibutuhkan yang namanya moda transportasi.

Salah satu moda transportasi yang dapat digunakan sebagai alternatif agar tidak merasakan lelah dalam kepadatan kendaraan yaitu contohnya

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuisisioner.

1. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan cara melakukan Observasi ke Terminal bus di Denpasar dengan mengikuti rute perjalanan bus untuk mendapatkan data banyaknya penumpang bus saat itu.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah dengan mewawancarai sopir bus untuk mengetahui informasi mengenai hari dimana banyaknya penumpang bus serta kalangan apa saja yang sering menggunakan bus. Bukan hanya wawancara dengan sopir bus, penulis juga melakukan wawancara pada penumpang bus untuk memvalidasi perasaan para penumpang saat menggunakan bus serta alasan mengapa mereka menggunakan bus.

3. Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan secara online dengan media *google form* dengan topik pertanyaan seputar bus, kuisisioner ini dibagikan kepada responden yang berdomisili di Denpasar

angkutan umum dimana dapat memudahkan dalam mencapai tujuan dengan cepat dan menghemat tenaga serta hemat biaya. Di Bali sendiri sudah terdapat angkutan umum berupa angkutan Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP).

Dikarenakan halte yang kurang dan rute perjalanan yang belum menyebar diseluruh wilayah Bali, serta kurangnya sosialisasi dalam memperkenalkan angkutan umum tersebut, membuat masyarakat banyak yang belum mengetahui keberadaan angkutan umum bus ini.

Melihat fenomena dan peluang yang ada, penulis tertarik untuk merancang sebuah media kampanye yang mengajak masyarakat untuk naik angkutan umum bus khususnya di wilayah Denpasar. Denpasar merupakan salah satu daerah terpadat di Bali, jadi sangat tepat untuk memulai sosialisasi tersebut di wilayah ini.

Menggunakan media kampanye berupa video informasi merupakan pilihan yang tepat untuk menyebarluaskan informasi, karena mudah didapat dan nyaman untuk dilihat di mana saja.

dengan rentang usia 15-45 tahun. Dalam kuisisioner penulis mendapatkan data berapa banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan bus di Denpasar serta berapa banyak masyarakat yang belum pernah menaiki bus. Dalam kuisisioner tersebut juga penulis mendapat media apa saja yang tepat untuk digunakan pada kampanye Yuk Nge-bus, yaitu Video informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari observasi ke terminal bus di Denpasar, mewawancarai sopir bus dan penumpang, serta melakukan survey melalui kuisisioner online yang disebarluaskan melalui *google form*, penulis mendapatkan data bahwa masih ada orang-orang yang mau menggunakan angkutan umum bus sebagai moda transportasi sehari-hari. Dengan hal ini penulis ingin mengajak lebih banyak orang lagi untuk menggunakan angkutan umum bus dengan membuat media kampanye berupa video pendek informasi sebagai media utama dalam kampanye Yuk Nge-bus. Video tersebut akan mensosialisasikan seputar menggunakan bus sebagai moda transportasi seperti memberi informasi mengenai cara pembayaran, cara naik bus, serta manfaat naik bus. Dengan adanya video tersebut diharapkan masyarakat akan lebih tertarik dan mulai peduli

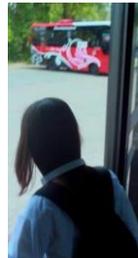
3. Tampilan Desain

Tabel 1. Tampilan Desain Video
(Sumber: Dokumentasi Penulis 2022)

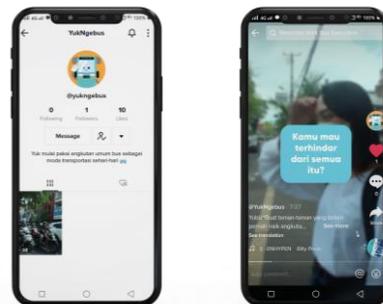
No	Adegan	Keterangan
1		<p>Opening :</p> <p>Memperlihatkan suasana padatnya kendaraan pribadi “Kemacetan” “dan banyaknya asap kendaraan”</p> <p>Penjelasan :</p> <p>Suasana yang diangkat merupakan suasana ramainya jalanan di siang hari.</p> <p>Menggunakan <i>opening background sound</i> yang <i>chill</i> serta suara klakson kendaraan.</p>
2		<p>Memperlihatkan adegan <i>talent</i> dengan kondisi tidak nyaman, lelah dan kepanasan “Buat gak nyaman saat di jalan” “Udah capek panas lagi”</p> <p>Penjelasan :</p> <p>Suasana yang dibangun merupakan perasaan ketidaknyamanan. Masih menggunakan <i>background sound</i> yang <i>chill</i> namun sedikit dramatis.</p>

3	 	<p>Memunculkan motion graphic tulisan menanyakan keingintahuan “Kamu mau terhindar dari semua itu?” “sini aku kasih tau caranya!!”</p> <p>Penjelasan :</p> <p>Suasana yang dibangun mulai mengarah ke semangat atau <i>excited</i>. Dengan menggunakan <i>background sound</i> yang berubah ke genre yang lebih <i>upbeat</i>.</p>
4	 	<p>Memunculkan maskot Yuk Nge-bus sebagai penunjang dalam pemberian informasi mengenai cara naik bus dan cara pembayaran.</p>

5		<p>Adegan <i>talent</i> menggunakan headphone untuk mendengarkan musik dan foto-foto saat dalam bus “Di dalam bus kamu bisa dengerin musik” “atau bisa foto-foto dulu, sambil nunggu sampai di halte tujuan kamu”</p> <p>Penjelasan : Suasana yang dibangun merupakan suasana yang santai, bisa dilihat dari <i>scene</i> ini, <i>talent</i> sedang mendengarkan musik sambil menganggukkan kepala serta <i>talent</i> juga melakukan adegan foto-foto yang dimana hal tersebut dapat mewakili rasa santai dan nyaman pada saat di bus.</p>
6		<p>Adegan <i>talent</i> yang duduk santai sambil mendengarkan musik, suasana dalam bus dan suasa luar bus yang diambil dari dalam bus “Sedikit tentang manfaat kamu naik angkutan umum berupa bus” “kamu bisa jadi salah satu orang yang berkontribusi mengurangi angka kemacetan dan polusi udara karena kendaraan” “kalau macet kamu ga usah merasa kepanasan atau kelelahan seperti saat kamu mengendarai kendaraan sendiri”</p>

7		<p>Adegan talent bersiap untuk turun dari bus “Eh dah sampai” “sebelum turun jangan lupa bilang, terima kasih”</p>
8		<p>Adegan talent turun dari bus “Yakin gak mau nge-bus?”</p>
9		<p>Muncul maskot yuk nge-bus dan tulisan yuk ngebus “Yuk nge-bus”</p> <p>Penjelasan : Pada bagian penutup terdapat tulisan yuk nge-bus serta dubbing yang terdengar lebih mengajak atau persuasi dengan intonasi yang bersemangat. Hal tersebut secara tidak langsung dapat membuat <i>audience</i> yang menonton jadi bersemangat dan penasaran untuk menaiki angkutan umum bus.</p>

4. Pengaplikasian Media Video



Gambar 3. Mock up Tik-Tok
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

Analisa SWOT

SWOT merupakan akronim dari 4 kata yaitu strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), threats (ancaman). SWOT adalah strategi dalam mengevaluasi suatu hal yang telah ada dan diputuskan sebelumnya dengan mengurangi resiko yang mungkin terjadi [4] . Berikut ini adalah analisis SWOT yang penulis lakukan dalam menganalisis objek kasus.

1. Strength (Kekuatan)

- a. Angkutan umum khususnya bus memiliki kelebihan yaitu kenyamanan.
- b. Masyarakat dapat memanfaatkan kendaraan umum ini untuk menjadi transportasi sehari-hari dengan tarif yang murah.
- c. Dengan mengendarai kendaraan umum khususnya bus masyarakat dapat menghemat bahan bakar kendaraan pribadi.

2. Weakness (Kelemahan)

- a. Halte yang ada belum banyak tersebar di semua wilayah Denpasar.
- b. Kurangnya minat masyarakat Bali khususnya Denpasar dalam menggunakan angkutan umum bus.
- c. Kurang efisien karna tidak dapat langsung menuju lokasi tujuan

3. Opportunity (Peluang)

- a. Masih jarang ditemui kampanye yang mengajak untuk naik bus di Bali khususnya Denpasar.
- b. Masih ada masyarakat khususnya pekerja yang mau menggunakan bus sebagai moda transportasi untuk bekerja.
- c. Masih kurang penyebaran informasi mengenai bus melalui video

4. Threat (Ancaman)

- a. Masih banyak masyarakat yang lebih memilih kendaraan pribadi sebagai kendaraan sehari-hari karena minimnya halte atau terminal bus yang tersebar.
- b. Ada beberapa video mengenai naik bus yang sudah dibuat oleh beberapa influencer.

KESIMPULAN

Sebelum melakukan penentuan media, penulis melakukan kuesioner untuk mendapatkan jawaban mengenai media apa saja yang efektif untuk kampanye Yuk Nge-bus. Dari jawaban tersebut terpilih lah media video informasi serta media penunjang lainnya untuk digunakan pada kampanye Yuk Nge-bus.

Dalam proses perancangan Video informasi tersebut penulis harus memiliki acuan agar video yang dirancang dapat tepat sasaran. Acuan tersebut didapat dari teori videografi dengan adanya teori tersebut dapat memudahkan penulis dalam membuat video informasi yang nyaman dilihat serta jelas dalam penyampaian informasinya

Setelah proses perancangan media tersebut selesai dilanjutkan dengan proses perwujudan dari media video tersebut. Dengan menggunakan ukuran dimensi yang sesuai dengan media sosial yang akan digunakan untuk menyebarkan video informasi tersebut yaitu media sosial instagram reels, dan tik tok.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Badan Pusat Statistik Provinsi Bali." Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, <https://bali.bps.go.id/indicator/17/250/1/banyaknya-kendaraan-menurut-jenisnya-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-bali.html>. Accessed 6 April 2022.
- [2] Pratama, I. Gede Yudha. "VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KAUM DIFABEL." *Jurnal Nawala Visual* 3.1 (2021): 17-22.
- [3] Purba, Januarius Andi. *Shooting yang Benar!: Jadikan Video Anda Sekelas Karya Videografer Profesional*. Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2013.
- [3] Sarwono, Jonathan, and Hary Lubis. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2007.