

PERANCANGAN FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA INFORMASI MENGENAI STRATEGI ALTERNATIF MENGEMBANGKAN USAHA MICRO KECIL MENENGAH

Asrullah Ahmad¹, William Liu², Martinus Eko Prasetyo³

Universitas Bunda Mulia¹, Universitas Bunda Mulia², Universitas Bunda Mulia³

*Correspondence author: Asrullah Ahmad, asrullahmanyala@gmail.com, Bekasi, Indonesia

Abstrak. Artikel ini ditujukan kepada masyarakat khususnya pengusaha UMKM yang masih terjebak dengan dampak pandemi terhadap usaha, keseharian masyarakat Indonesia sudah terpengaruh oleh Covid-19 yang menyebabkan timbulnya pemikiran untuk mengurangi pergi keluar rumah semenjak pemerintah menerapkan sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang menyebabkan adanya perubahan pola pembelian konsumen yang mengabaikan harga, lebih mementingkan nilai produk dan melakukan berbagai transaksi via online di masa pandemi ini. Terdapat strategi agar pelaku UMKM dapat *survival*. Yaitu dengan perbaikan kualitas layanan dan produk, Pemanfaatan teknologi secara optimal, dan mempersiapkan bisnis untuk lebih berkembang. Sebagai upaya dalam menyampaikan informasi, media audio visual film merupakan media informasi yang semakin berpengaruh dan diminati oleh masyarakat. Metode penelitian analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan metode yang digunakan penulis dalam artikel ini. Dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan sebuah informasi untuk menghimbau masyarakat mengenai strategi dalam mengatasi dampak pandemi terhadap usaha dapat tersampaikan melalui media film pendek.

Kata Kunci: Film pendek, Pandemi, COVID-19, UMKM

Abstract. This article is aimed at the community, particularly MSME business people who are as yet stayed with the effect of the pandemic on business, the day by day lives of Indonesian individuals have been influenced by Covid-19 which has caused thoughts to reduce going out of the house since the government implemented the PSBB system (Large-Scale Social Restrictions) which led to changes. consumer buying patterns that ignore price, are more concerned with product value and carry out various online transactions during this pandemic. There is a strategy so that MSME actors can survive. Specifically by improving the nature of items and administrations, utilizing technology optimally, and preparing the business for further development. As an effort to convey information, audio-visual film media is a medium of information that is increasingly influential and in demand by the public. The writer utilizes a subjective investigation research technique with an enlightening methodology in this article. And it can be concluded that in providing information to appeal to the public regarding strategies in overcoming the impact of the pandemic on businesses, it can be conveyed through short film media.

Keywords: Short film, Pandemic, COVID-19, MSME

Pendahuluan

Latar Belakang

UMKM yang mendominasi Indonesia dengan keberadaannya sebagai tulang punggung ekonomi nasional berdampak serius terutama pada area perdagangan, pariwisata dan investasi Menurut sudut pandang nilai, total produksi, dan jumlah tenaga kerja pada masa pandemi (Pakpahan 2020). Ketidakpastian dalam mengetahui kapan wabah virus corona akan berakhir menjadi faktor stress yang memicu banyak golongan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah kebingungan memikirkan nasib mereka. Menjalani kehidupan seperti biasa tanpa mata pencaharian membuat mereka kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Keberadaan virus Corona mengancam setiap orang dan berpeluang untuk menjadi stressor bagi sebagian besar orang, dampak tersebut bisa jadi sama parahannya dengan yang ditimbulkan jika terinfeksi virus Corona itu sendiri (Taylor 2019).

Semenjak pemerintah menganjurkan masyarakat melakukan kegiatan hanya di dalam rumah atau sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sebagai langkah pencegahan penyebaran virus, keseharian masyarakat Indonesia terpengaruh dan semakin sedikit orang mau bepergian keluar dari rumah. Menyebabkan adanya perubahan pola pembelian konsumen, Konsumen yang jarang bepergian, belanja sesuai kebutuhan, kegiatan jarak jauh dan melakukan transaksi secara online merupakan perubahan yang muncul akibat penerapan pembatasan sosial yang sangat berpengaruh pada bisnis masa ini.

Menurut laporan 'Tinjauan Big Data pada tahun 2020 mengenai dampak pandemi Covid-19 dari Badan Pusat Statistik (BPS), perdagangan online di Indonesia mulai dari Februari hingga Juli 2020 jauh meningkat dibandingkan dengan perdagangan pada Januari 2020. Perdagangan online Indonesia melonjak hingga 320 persen pada bulan maret dan 480 persen pada bulan April tahun 2020, berdasarkan perbandingan perdagangan online pada awal tahun. Menghasilkan kecenderungan konsumen yang lebih mementingkan nilai produk dibandingkan harga pada masa pandemi Covid-19. Dalam Jurnal Strategi Menghadapi Dampak pandemi Covid-19 terhadap Usaha Kecil dan Menengah, terdapat strategi untuk mengatasi dampak pandemi Covid-19 supaya pelaku UMKM dapat bertahan. Yaitu dengan memperbaiki kualitas layanan dan produk, pemanfaatan teknologi secara optimal, dan pengembangan bisnis (Awaloedin dkk 2020).

Film merupakan media komunikasi massa dengan fungsi sebagai informasi, edukasi, persuasif, mempengaruhi dan menghibur. Film menampilkan audio-visual yang membuat penontonnya lebih menikmati alur cerita. Meskipun berbeda pendekatan, seluruh film memiliki sebuah target, yaitu menarik perhatian penonton dengan rangkaian masalah cerita dalam film (Halim dan Yulius 2020). Film memiliki jenis menurut durasinya, yakni film pendek dan panjang. Film pendek mudah tersebar cepat melalui media online berkat teknologi informasi (Effendy 2014). Film pendek adalah film berdurasi singkat dibawah 60 menit dengan cerita cenderung lebih pendek (Mabruri 2010). Durasi film pendek membuat pencipta film spesifik dalam memilah materi setiap *shot* yang ditampilkan sehingga memiliki pesan yang cukup besar bila di tafsir penonton.

Berdasarkan pandangan di atas maka penulis memutuskan untuk merancang sebuah film pendek yang memberikan informasi terkait strategi alternatif yang bisa digunakan untuk mengembangkan UMKM yang dikemas dalam pendekatan drama keluarga dan dirancang dengan pendekatan Pra produksi, produksi dan pasca produksi milik Panca Javandalasta.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan melihat apa yang menjadi karakteristik masalah, tanpa melihat adanya suatu persepsi. Menurut Sugiyono penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan objek untuk diteliti (Sugiyono 2005). Penelitian kualitatif atau penelitian naturalistik, adalah data yang diperoleh dari kejadian yang nyata tanpa dibuat-buat (Weisarkurnai 2017).

Jenis Penelitian

Kepustakaan (studi pustaka)

Penulis mengumpulkan informasi yang diidentifikasi dengan subjek masalah dari tema yang dibuat oleh penulis dengan membaca buku-buku, jurnal maupun artikel-artikel yang berhubungan dengan dampak pandemi terhadap usaha UMKM.

Studi Dokumentasi (kajian dokumen)

Mengumpulkan data dengan mempelajari dokumen dalam bentuk tulisan dari seseorang agar memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan masalah dampak pandemi terhadap sebuah usaha UMKM

Observasi Tidak Langsung

Pengumpulan data dengan melihat, meninjau, dan mengamati secara tidak langsung melalui artikel dan berita yang berhubungan dengan strategi mengatasi dampak pandemi terhadap usaha.

Kuesioner

Memperoleh data dengan membuat kuesioner yang dibagikan melalui online guna memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai masyarakat dalam memenuhi keinginan serta mendapatkan data untuk keperluan perancangan film pendek yang berjudul "FAMINESS".

Metode Analisa Data

Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan salah satu dari teknik analisis data kuantitatif. Dalam bukunya, Sugiyono menulis bahwa data yang diperoleh, dianalisis dengan dideskripsikan atau digambarkan apa adanya tanpa dibuat kesimpulan merupakan analisis deskriptif (Sugiyono 2017). Analisis deskriptif sebagai metode pendekatan analisis dalam penelitian ini digunakan untuk membantu menganalisis data dan mendeskripsikan data yang ada.

Metode Perancangan

Dalam penelitian ini terdapat metode perancangan yang digunakan untuk membuat perancangan film pendek yang berjudul "FAMINESS" dengan menggunakan 3 tahap dari buku berjudul "5 Hari Mahir Bikin Film" karya Panca Javandalasta, yakni dimulai dari tahap pra produksi kemudian produksi, dan tahap pasca produksi. Dimana pada tahap pra produksi terdiri dari persiapan sebelum proses produksi sebuah film seperti pembuatan skenario, penyusunan crew, dan jadwal *shooting*. Kemudian tahap produksi terdiri dari proses *shooting* yang didalamnya mengatur tentang aspek *continuity*, komposisi pengambilan gambar, *artistic*, *makeup* dan *wardrobe*. Dan tahap yang terakhir adalah tahap pasca produksi yang terdiri dari proses *editing video* dan suara (Javandalasta 2021).

Hasil dan Pembahasan

Kuesioner

Dari 20 pertanyaan kuesioner yang telah dibagikan terdapat 109 responden secara online, menggunakan penyebaran media google form. Dapat disimpulkan bahwa responden didominasi laki-laki yang berusia 22- 25 tahun, dengan status pendidikan akhir adalah SMA. Responden rata-rata berdomisili wilayah jabodetabek dengan status pekerjaan mahasiswa, responden mengetahui UMKM paling banyak dari media audio visual, responden yang bekerja atau menjadi pemilik UMKM mengalami penurunan atau masalah dalam pendapatan usaha selama pandemi, responden menanggapi bahwa penting sekali dalam mengetahui dampak Covid-19 bagi pengusaha UMKM. Hal yang akan dilakukan sebagai pengusaha UMKM dalam menghadapi dampak pandemi lebih mengutamakan sisi pemanfaatan teknologi secara optimal dalam strategi usaha karena layanan dan transaksi via online yang paling signifikan mempengaruhi usaha UMKM, Responden tidak pernah melihat, mendengar, atau menonton film yang berhubungan dengan strategi usaha, responden memilih Media Audio Visual sebagai media yang paling tepat untuk memberikan strategi dalam mengatasi dampak pandemi terhadap sebuah usaha, responden juga menyukai Genre drama. Maka dari itu, responden/konsumen akan tertarik dengan film yang membahas mengenai strategi usaha. semua orang/umum merupakan target yang paling tepat untuk menonton film bertema strategi usaha, Film bergenre drama keluarga tepat untuk menggambarkan cerita bertema strategi usaha dengan durasi yang paling cocok untuk film pendek 10 sampai dengan 14 menit.

Perancangan

Pada perancangan film pendek “FAMINESS”, penulis menerapkan metode perancangan film menurut (Javandalasta 2021) ke dalam perancangan film pendek yang penulis rancang. Adanya penerapan metode perancangan ini bertujuan sebagai metode pendukung penulis dalam merancang film pendek. Javandalasta membagi proses tahap pembuatan film menjadi 3 bagian yaitu tahap PraProduksi, Produksi dan PascaProduksi. Penulis akan menjabarkan tahapan yang penulis terapkan dalam perancangan film pendek yang telah penulis rancang, sebagai berikut:

Pra Produksi

Dalam tahap ini Penulis menciptakan dan melaksanakan proses persiapan sebelum melakukan produksi sebuah film. Berikut hal-hal yang penulis lakukan dalam proses persiapan pembuatan film:

1. Penyusunan crew

Dalam membentuk sebuah crew film, harus mengedepankan rasa kebersamaan dan ingin menghasilkan sebuah film. Pada perancangan ini, penulis harus merangkap menjadi seluruh jobdesk yang diakibatkan adanya pandemi *covid-19*. Adapun susunan crew yang harus disiapkan penulis sebelum produksi dimulai, yaitu :

- a. *Producer*, Memimpin seluruh jalannya produksi film agar dapat mencapai target yang telah ditentukan.
- b. *Product Designer* (Desainer Produksi), Mengatur seluruh aspek produksi film.
- c. *Director* (Sutradara), Menerjemahkan bahasa tulisan script kedalam bahasa visual.
- d. *Scriptwriter* (Penulis Naskah/Skenario), Menciptakan skenario pada film pendek.
- e. *Director of Photography* (Penata Kamera), menata kamera untuk pengambilan gambar, gerakan dan pencahayaan.
- f. *Art Director*/Penata Artistik, menyediakan properti, tempat untuk kepentingan syuting.



- g. *Make-up Artist*/Penata Rias, menata make-up atau kosmetik aktor sebelum pengambilan gambar.
- h. *Wardrobe*, menyesuaikan pakaian aktor dengan skenario cerita.
- i. *Editor*, mengedit dan menyusun gambar yang sudah diambil hingga menjadi satu kesatuan utuh sesuai skenario dan menambah elemen seperti suara, musik, transisi, dan lainnya dalam film.
- j. Music Arranger (Penata Musik): Vania Elvaretta
- k. Editor: Vania Elvaretta

2. Penjadwalan

Pada proses perancangan film pendek ini, penulis mengambil waktu dua setengah bulan, dengan jadwal sebagai berikut:

PRA PRODUKSI												
11	Scriptwriting											
12	Storyboarding											
13	Membagi job description											
14	Hunting lokasi											
15	Mempersiapkan properti											
16	Mempersiapkan alat produksi											
17	Reading naskah											
PRODUKSI												
18	Shooting											
19	Processing Footage											
20	Dubbing											
PASCA PRODUKSI												
21	Editing											
22	Sound Editing											
23	Foley											
24	Special Effect											
25	Color grading											

Gambar 1 Jadwal

(Sumber: Data Pribadi, 2021)

3. Ide dan Naskah Cerita / Penulisan Skenario

Dalam proses ini penulis membuat skenario dengan urutan menentukan tema terlebih dahulu. Film pendek “ FAMINESS “ mengangkat tema mengenai tips dan strategi keluarga pengusaha UMKM dalam mengatasi dampak dari pandemi. Kemudian penulis membuat premis dan logline dari cerita. Premis pada cerita ini adalah keluarga pengusaha toko yang menghadapi masalah penjualan saat era pandemi datang, mencoba mengatasi dengan berbagai cara unik dan berbeda dari biasanya. Dengan logline Seorang pemuda yang ingin menggantikan posisi ayahnya sebagai pengelola toko, merasa bahwa ayahnya sudah seharusnya menikmati masa tua, namun belum bisa mendapatkan kepercayaan darinya. Bersamaan dengan era pandemi covid-19 usaha toko sang ayah yang terancam membuat pemuda ini menyusun berbagai strategi untuk membantu penjualan secara lebih kekinian tanpa sepengetahuan ayahnya. Kemudian penulis membuat storyline dari cerita dan menentukan plot pada cerita yang akan digunakan. Terakhir menulis skenario film.

FADE IN

EXT. JALAN DEPAN TOKO AMAN JAYA - PAGI

DISSOLVE IN

EXT. TOKO AMAN JAYA - PAGI

Toko dalam keadaan tutup dan koh aman sedang membuka pintu tokonya dari dalam dan tokonya pun langsung datang pembeli.

PEMBELI

koh mau beli lampu bohlam kemarin ada gak koh?

KOH AMAN

ohh ada dong... sebentar ya

PEMBELI

Oke koh

CUT TO



Gambar 2 Naskah
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

4. Konsep Film

a. Moodboard Karya

Dalam perancangan film pendek ini, penulis menentukan tone color, settings dan konstruksi (simbol) pada film yang terinspirasi dari beberapa scene film seri Cek Toko Sebelah *the Series*. Pada bagian Present penulis menggunakan tone dengan warna dingin yakni lebih ke biru dan sedikit kehijauan agar memberi kesan suasana yang dramatis pada alur cerita yang terdapat pada scene.

Dalam bagian scene Flashback penulis menggunakan tone dengan warna Hangat yakni lebih ke orange dan sedikit merah muda, serta sedikit mengurangi brightness dan Saturation untuk menggambarkan kondisi masa lampau setelah mengingat suatu kejadian pada cerita.

b. Konsep Warna

Pada perancangan film ini, penulis cenderung menggunakan tone warna dingin dan sedikit kehijauan pada Present Scene sebagai penyesuaian mood kejadian pada film dan alur pada cerita. Dipilihnya warna dingin dalam tone dikarenakan perilaku suksesor sebagai karakter utama yang cenderung tidak peduli dengan usaha toko milik ayahnya dalam film.



Gambar 2 Jadwal
(Sumber : Data Pribadi, 2021)

Pada Flashback Scene, penulis menggunakan warna yang cenderung hangat yakni orange dan sedikit merah muda sebagai penggambaran suasana kenangan / mengingat masa lalu yang sudah terlewati



Gambar 3 Warna
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

c. Tipografi

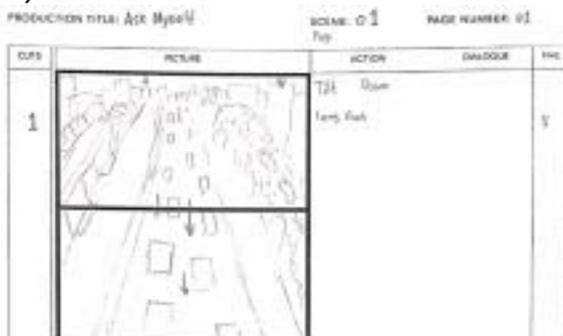
Berikut tipografi yang digunakan penulis dalam perancangan film dari media utama hingga media pendukung:

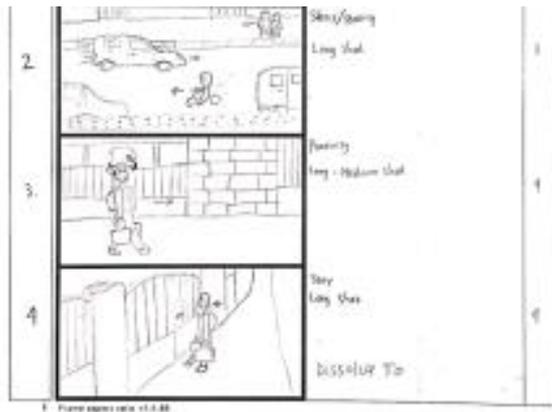
- 1) Judul Film
Mouse Memoirs: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890...;'"(!?)+-@#
- 2) Subtitle
Roboto: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890...;'"(!?)+-@#
- 3) Media Pendukung
**Lemon Milk: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890...;'"(!?)+-@#**
Avenir Next: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890...;'"(!?)+-@#

5. Judul Film

Judul film dari perancangan ini adalah "FAMINESS". Penulis memberi judul tersebut, diambil dari singkatan dari bahasa inggris yaitu Family Business yang berarti usaha keluarga, menggunakan bahasa inggris sebagai judul karena film ini menerapkan globalisasi dalam penyelesaian masalah seperti menggunakan media marketplace sebagai sarana untuk membantu penjualan. Menceritakan usaha seorang pengusaha dalam mengatasi dampak pandemi terhadap bisnis keluarga.

6. Storyboard dan Shot List





Gambar 4 Storyboard
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

Dalam proses ini, penulis mengartikan bahasa tulisan ke dalam bahasa visual agar skenario dapat dimengerti oleh banyak orang dengan melihat *storyboard*. Dan membuat shot list untuk mempermudah pengambilan gambar sehingga tidak ada bagian yang terlewat.

7. *Budgeting*

Pada proses ini, penulis menentukan budget yang diperlukan selama proses pembuatan film baik dari pra produksi hingga pasca produksi.

8. *Location Scouting*

Lokasi yang digunakan pada saat Shooting pada film ini adalah salah satu toko perabotan dan elektronik “Toko Aman Jaya” di daerah cibitung, bekasi. Dikarenakan toko tersebut memiliki jumlah pembeli yang cukup banyak di setiap jamnya, Namun setelah pandemi dan diterapkannya sistem PSBB membuat toko ini mengalami penurunan pembeli. Hal ini yang membuat penulis memilih lokasi sebagai latar/setting karena memberikan kesan yang sesuai dengan dampak pandemi pada usaha UMKM.

9. *Talent Scouting/Casting*

Dalam proses casting, penulis menerapkan teori yang ditulis dalam buku “bikin film itu gampang karya Andy Prasetyo yakni “casting to emotional temperament ” yang dimana karakter dipilih berdasarkan hasil observasi hidup pribadi yakni kecocokan aktor dengan peran dalam cerita (Prasetyo 2018).



Gambar 5 Talent
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

Pemeran utama dalam film ini diaktori oleh William Liu sebagai William, seorang mahasiswa berkulit putih dengan emosi tinggi, *simple minded*, seorang yang paham teknologi dan digital.

Pemeran pemilik toko dalam film ini diaktori oleh Sulaiman yang berperan sebagai Koh Aman, seorang pemilik toko yang laris manis, berusia 40 tahun, berkulit kuning langsung yang bersemangat dan teguh pendirian, selalu melakukan segala sesuatu sendiri karena kurang percaya terhadap orang lain.

Pemeran ibu dalam film ini diaktori oleh Novianti yang berperan sebagai Mama dari William, ibu dari Willi dan Sella, istri Koh Aman seorang yang penyayang dan penyabar.

10. Reading

Setelah *Talent Scouting*, kemudian dilanjutkan pada tahap reading dimana seluruh aktor membaca dan mempelajari skenario secara menyeluruh dan mengoreksi beberapa kalimat agar lebih nyaman dan spontan. Penulis juga memberikan arahan ekspresi, gestur tubuh, serta pendalaman karakter yang harus ditampilkan.

11. Fitting

Pada proses fitting terdapat dua hal yang diperhatikan, yakni:

a. Wardrobe

Pada proses ini penulis memilihkan beberapa pakaian yang sesuai dan tepat untuk digunakan dalam film. Pemilihan tersebut mendukung sosok peran yang ada dalam cerita serta mendukung suasana yang terjadi pada tiap scene film. Salah satu contohnya seperti karakter Koh Aman, untuk menggambarkan seorang pengusaha UMKM maka pakaian yang cocok untuk memerankan karakter adalah dengan memakai Kaos dan Kaos berkerah dengan motif bergaris untuk menampilkan mood yang sesuai dengan pengusaha toko perabotan dan elektronik.

b. Make Up

Pada Proses ini penulis tidak terlalu banyak melakukan make up kepada karakter laki-laki, hanya kerapuhan rambut dan pakaian yang diperhatikan. Make up lebih banyak diaplikasikan kepada pemeran wanita. Penulis mengarahkan kepada aktor wanita untuk berpenampilan seperti ibu-ibu mulai dari rambut dan rias wajah saat adegan tertentu, seperti Ketika rias wajah harus menor agar terlihat seperti sosok keibuan.

12. Rehearsal

Proses akhir dari pra produksi, dimana penulis membiasakan aktor berlatih akting sesuai dengan karakter dalam skenario agar lebih mendalami karakter sebelum syuting dimulai. Agar aktor dapat menampilkan emosi serta mood yang ingin disampaikan dengan lebih baik secara komunikasi maupun visual.

Produksi

1. Film Production

Pada tahap ini, penulis memiliki tanggung jawab utama sebagai sutradara yang menerjemahkan bahasa tulisan skenario menjadi bahasa visual. Mengatur akting aktor termasuk dengan dialognya, sebagai kameramen yang mengatur sudut dan pergerakan dalam pengambilan gambar. Dalam melakukan proses produksi, Penulis melakukan beberapa proses sebagai berikut :

- a. Melakukan penyesuaian jadwal shooting
- b. Menata kamera, dari komposisi hingga proses pengaturan pencahayaan dan artistik
- c. Menata make up dan wardrobe aktor
- d. Mengambil gambar sesuai shot list yang sudah dibuat

- e. Memasuki tahap editing yakni Mengecek kembali hasil gambar dan suara yang telah diambil kemudian menyatukannya menjadi satu kesatuan film pendek.

2. *Shot*

Berikut teknik pengambilan gambar yang diterapkan penulis dalam proses produksi :

a. *Extreme Long Shot*

Penulis tidak menggunakan teknik pengambilan Extreme Long shot karena film pendek ini lebih fokus kepada suasana dalam toko.

b. *Long Shot*



Gambar 6 Long Shot
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

c. *Medium Long Shot*



Gambar 7 Medium Long Shot
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

d. *Medium Shot*



Gambar 8 Medium Shot
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

e. *Close Up*



Gambar 9 Close Up
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

f. *Extreme Close Up*



Gambar 10 Extreme Close Up
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

g. *Over Shoulder*



Gambar 11 Over Shoulder
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

3. *Sound Production*

Pada tahap produksi, selain pengambilan gambar terdapat juga pengambilan suara untuk melengkapi gambar yang sudah diambil. Dalam pengambilan suara, terdapat beberapa macam suara yang dapat melengkapi gambaran visual, yakni:

a. *Dubbing*

Melengkapi suara percakapan agar terdengar lebih jelas. Merekam menggunakan microphone, shotgun, dan clip on yang tersambung ke alat perekam.

b. *Backsound*

Penulis menggunakan backsound yang tersedia secara gratis atau *public domain*, dimana masyarakat lainnya dapat memakainya dengan bebas.

c. *Ambience*

Penulis menggunakan suara ambient/suasana sebagai pendukung suasana latar suatu lokasi.

Pasca Produksi

1. *Shot Editing*

Penulis menggunakan software Adobe Premiere Pro 2019 untuk melakukan proses mengedit atau menyatukan shot yang telah diambil. Pada proses editing, selain menyatukan shot penulis juga menyesuaikan audio, memberi transisi video, mengedit audio, *color grading* dan menambahkan *subtitle*.



Gambar 12 Shot Editing
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

2. Sound Editing

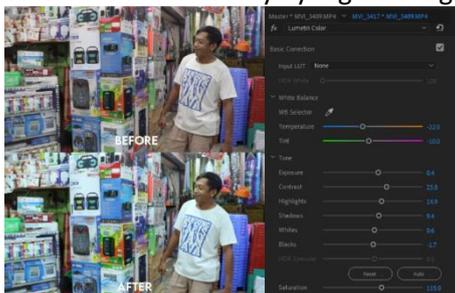
Pada proses pengeditan suara, penulis mengedit dengan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro 2019, mulai dari mengatur volume suara/*gain*, noise suara, hingga pemberian efek suara pada scene tertentu.



Gambar 13 Sound Editing
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

3. Color Grading

Proses *Color Grading* dilakukan pada *software* Adobe Premiere Pro 2019 dengan *video effect* bernama *Lumetri Color*. Penulis menggunakan Lumetri colour sebagai basic Correction, mengatur White Balance pada scene yang tidak sama, Tone warna pada gambar, Saturasi dan hal lainnya yang berfungsi untuk mengatur mood dalam



Gambar 14 Color Grading
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

Karya Pendukung

Tujuan Karya Pendukung

Dalam peluncuran sebuah film, selain media utama yang memiliki daya tarik, diperlukan juga media pendukung dan media promosi. Hal ini bertujuan agar film pendek dapat

tersampaikan kepada target audience yang sesuai dan menarik perhatian dari target audiens, memberikan informasi kepada seluruh masyarakat Indonesia mengenai film pendek tersebut. Promosi dilakukan dengan tujuan menarik perhatian masyarakat untuk lebih tertarik menonton film dan tentunya sesuai dengan media yang dibuat.

Program dan Karya Pendukung

1. Program

Rencana dilakukannya media promosi adalah dengan melalui tahap pra-event, event dan pasca event. Acara berlangsung pada tanggal 30 Juli 2021.

Media & Waktu	Mei				Juni				July			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Teaser Film												
Social Media												
Poster												
X-Banner												
Web Banner												
Gantungan Kunci												
Pulpen												
Sticker												
Notebook												
T-shirt												
Pin												
Totebag												

Gambar 15 Program

(Sumber: Data Pribadi, 2021)

2. Final Artwork

a. Trailer



Gambar 16 Final Artwork

(Sumber: Data Pribadi, 2021)

b. Karya Pendukung





Gambar 17 Media Pendukung
(Sumber: Data Pribadi, 2021)

Simpulan

Berdasarkan penelitian serta rancangan yang telah penulis lakukan dalam perancangan film pendek ini, penulis mendapati bahwa keseharian masyarakat Indonesia terpengaruh dan semakin sedikit orang mau bepergian keluar dari rumah. Adanya perubahan pola pembelian konsumen, konsumen jarang bepergian, belanja sesuai kebutuhan, kegiatan jarak jauh dan melakukan transaksi secara online adalah akibat dari penerapan pembatasan sosial yang sangat berpengaruh pada bisnis masa ini.

Penulis membuat sebuah film pendek sebagai media informasi yang dapat menghimbau masyarakat khususnya bagi pengusaha UMKM dengan menyampaikan sebuah pesan serta informasi yang dapat mengedukasi masyarakat karena berasal dari data studi pustaka dan dokumentasi yang dilakukan penulis, dengan disertakan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada berbagai responden dan merujuk pada film pendek yang memiliki lebih banyak peminat untuk mendapatkan sebuah informasi dibandingkan dengan media lainnya. Oleh karena itu, penulis membuat "Perancangan Film Pendek mengenai strategi dalam mengatasi dampak pandemi terhadap usaha dengan menggunakan tahapan dan cara yang sesuai dari buku serta studi pustaka dan studi dokumentasi, supaya masyarakat khususnya pengusaha UMKM yang masih terjebak dengan dampak pandemi agar dapat mengatasi dampak tersebut dengan menerapkan strategi yang terdapat pada film pendek berjudul "FAMINESS"

Selain merancang film pendek, penulis juga memikirkan dan merancang berbagai macam media pendukung sebagai media promosi kepada masyarakat agar penyampaian informasi dapat menarik perhatian masyarakat dan mencapai target audiens yang telah penulis tetapkan. Penulis melakukan perancangan media pendukung sebagai bantuan dalam melakukan proses promosi film supaya penyampaian pesan dan informasi yang ingin penulis sampaikan dapat tersebar luas di kalangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Alfathoni, Muhammad Ali Mursid, and Dani Manesah. 2020. *Pengantar Teori Film*. Deepublish.
- Andayana, Made Ngurah Demi. 2020. "Perubahan Perilaku Konsumen dan Eksistensi UMKM di Era Pandemi Covid-19." *Glory, Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Awaloedin, Dipa Teruna, Sazali, Nurhilaludin, and Muthia Hanifa. 2020. "Strategi Menghadapi Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah." *Universitas Nasional*. <https://doi.org/http://repository.unas.ac.id/id/eprint/843>.
- Effendy, Heru. 2014. *Mari Membuat Film - Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Erylana, Yana, and Michael Bonjoni. 2017. "Perancangan Film Pendek 'Tanya Sama Dengan.'" *JURNAL RUPARUPA* 3 (2).
- Everlin, Shierly, and Reinhard Andersen. 2015. "KAJIAN VISUAL DESAIN TENTANG JEANS DALAM BENTUK BUKU." *JURNAL RUPARUPA* 4.
- Ghee, Wee Yu, Mohamed Dahlan Ibrahim, and Hasliza Abdul-Halim. 2015. "Family Business Succession Planning: Unleashing the Key Factors of Business Performance." *Asian Academy of Management Journal* 20: 103–26.
- Halim, Bobby, and Yosef Yulius. 2020. "Hubungan Peletakan Kamera (Angle) Dalam Iklan Berbentuk Video." *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA* 5: 24.
- Hamzah, Lies Maria, and Devi Agustien. 2019. "Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>.
- Javandalasta, Panca. 2021. *5 Hari Mahir Bikin Film*. Batik Publisher.
- Kusrianto adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mabruri, Anton. 2010. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi*. Depok: Mind 8 Publishing House.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. SAGE Publications.
- Mokhber, Mozhdeh, Tan Gi Gi, and Siti Zaleha Abdul Rasid. 2017. "Succession Planning and Family Business Performance in SMEs." *Journal of Management Development*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/JMD-12-2015-0171>.
- Mona, Nailul. 2020. "Konsep Isolasi dalam Jaringan Sosial untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona di Indonesia)." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jsht.v2i2.86>.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. "COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>.
- Prasetyo, Martinus Eko. 2021. "Kajian Komposisi Visual pada Film Serial Netflix Drama Fiksi Ilmiah Berjudul The 100 Karya Jason Rothenberg." *JURNAL TITIK IMAJI* 4.
- Pyromalis's, Vassilios D., and George S. Vozikis's. 2009. "Mapping the Successful Succession Process in Family Firms: Evidence from Greece." *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s11365-009-0118-3>.

- Sandita, Sandita. 2019. "Makna Pesan Melalui Teknik Kamera pada Film Pendek Indonesia." University of Muhammadiyah Malang.
- Santoso, Riky. 2019. "Beberapa Macam Teknik Pengambilan Gambar."
- Soeparto, Wahyudi Henky. 2019. "Pencapaian Kinerja Perusahaan Keluarga Melalui Tingkat Kesiapan Suksesor dan Hubungan Antar Anggota Keluarga dan Bisnis." *Accounting and Management Journal* 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33086/amj.v3i2.1412>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono, Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D." *ALFABETA Bandung*.
- Suyoto, Agustinus. 2008. "Dasar-dasar Apresiasi Drama."
- Taylor, Steven. 2019. *The Psychology of Pandemics: Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease*. Cambridge Scholars Publishing.

