

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini penulis akan menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan beserta data-data yang dipakai dalam perancangan IKLAN ANIMASI 3D UNTUK APLIKASI “*ONLINE VIDEO PLATFORM*” DARI KEMENTERIAN DESA. Dengan adanya pengumpulan data tersebut, diharapkan perancangan ini dapat memberikan informasi yang jelas dan kredibel sesuai dengan data lapangan yang ada:

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah serangkaian langkah sistematis yang diikuti oleh peneliti untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi penyelidikan empiris [15]. Dalam pendekatannya, setiap jenis penelitian memerlukan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik penelitian itu sendiri.

##### **3.1.1 Jenis Pendekatan**

Jenis pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah jenis pendekatan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci karakteristik atau sifat dari suatu fenomena atau situasi yang diamati. Pendekatan ini cenderung fokus pada pengumpulan data yang mendalam dan detail untuk memberikan deskripsi yang kaya akan konteks dan makna dari fenomena yang diteliti [16].

Metode deskriptif kualitatif sering kali menggunakan teknik-teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis teks atau dokumen untuk

mengumpulkan dan menganalisis data. Tujuannya adalah untuk menghasilkan deskripsi yang mendalam, terperinci, dan kontekstual dari fenomena yang diteliti, tanpa mengubah atau mengintervensi pada fenomena tersebut.

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengetahui fenomena yang terjadi di lapangan secara rinci sekaligus menjadi referensi konsep dari iklan yang akan penulis buat sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan.

### **3.1.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari penelitian itu sendiri. Ini bisa berupa fenomena, peristiwa, individu, kelompok, atau konsep tertentu yang ingin dipelajari, dipahami, atau dijelaskan dalam konteks penelitian [15].

Dalam perancangan ini, objek penelitiannya adalah aplikasi "*Online Video Platform*" yang disediakan oleh Kementerian Desa. Fokus utama penelitian adalah pada aplikasi ini, termasuk fitur-fitur yang ditawarkan, tujuan dari aplikasi tersebut, cara penggunaan, keunggulan atau keunikan yang dimiliki, dan manfaatnya bagi pengguna atau masyarakat desa.

### **3.1.3 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, atau entitas yang menjadi fokus dari pengumpulan data dalam penelitian. Mereka adalah sumber informasi atau data yang dianalisis dalam rangka memahami objek penelitian. Subjek penelitian bisa berupa responden dalam survei, peserta dalam wawancara, data dalam bentuk dokumen, atau bahkan lingkungan fisik dalam penelitian lingkungan [15].

Subjek Penelitian dari perancangan ini adalah Pengguna potensial atau target audiens aplikasi "*Online Video Platform*" dari Kementerian Desa. Yang mana pengguna potensial dari aplikasi ini adalah masyarakat desa, penggiat kemasyarakatan atau organisasi non-pemerintah, pemuda atau pelajar di desa, serta beberapa pihak yang terkait dalam pengembangan desa.

### **3.1.4 Jenis dan Sumber Data**

Di dalam proses pengumpulan data, penulis mengumpulkan beberapa jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

#### **3.1.4.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan pertama kali oleh peneliti secara langsung dari sumber asli, seperti pengamatan langsung, kuesioner, wawancara, atau eksperimen [17]. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan dengan tujuan tertentu sesuai dengan keperluan penelitian yang sedang dilakukan.

Dalam perancangan ini, data primer diambil dari beberapa variabel yaitu data tentang aplikasi OVP, mulai dari tujuan adanya OVP, target pasar, fitur-fitur aplikasi, keunggulan aplikasi dibanding aplikasi lain, serta manfaat dari aplikasi OVP tersebut bagi masyarakat berdasarkan ulasan.

#### **3.1.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan selain penelitian yang sedang dilakukan. Sumber data sekunder bisa berasal dari jurnal ilmiah, buku, database, laporan pemerintah, atau publikasi lainnya yang dapat

digunakan sebagai referensi atau dasar analisis untuk penelitian yang sedang berlangsung [17].

Dalam perancangan ini, data sekundernya diambil dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, dan beberapa publikasi yang membahas tentang periklanan dan animasi di dalam dunia periklanan itu sendiri. Selain itu, data sekundernya juga diambil dari beberapa modul-modul yang disediakan oleh tim aplikasi OVP tersebut.

### **3.1.5 Informan Perancangan**

Informan adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau akses terhadap informasi yang relevan terkait dengan topik penelitian. Informan berperan penting dalam memberikan wawasan yang mendalam dan kontekstual terhadap fenomena yang sedang diteliti dalam penelitian kualitatif [18] .

Informan Perancangan dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian yang mana informan memiliki detail informasi dan yang berkontribusi secara langsung di dalamnya. Informan dalam penelitian ini merupakan Tenaga Ahli Nasional di Kementerian Desa, dan 2 orang sebagai Penggerak Swadaya Masyarakat (PSM) BPSDM Kemendesa RI yang berfokus di proyek OVP.

Berikut adalah profil dari beberapa informan di atas:

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. Nama                     | : Ir. Sutardjo   |
| Usia                        | : 50 Tahun   |
| Jenis Kelamin               | : Laki-laki  |
| Posisi di Kemendesa sebagai | : Tenaga Ahli Nasional di<br>Kementerian Desa PD TT RI<br>bidang Program Implementasi<br>P3PD. |

2. Nama : Rifki Gusliawandi. S.T.  
 Usia : 30 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Posisi di Kemendesa sebagai : PSM (Penggerak Swadaya Masyarakat) BPSDM  
 Kemendesa RI yang fokus di OVP
3. Nama : Panji Narotama, S.E.  
 Usia : 43 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Posisi di Kemendesa sebagai : PSM (Penggerak Swadaya Masyarakat) BPSDM  
 Kemendesa RI yang fokus di OVP

### **3.1.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Berikut adalah teknik-teknik pengumpulan data untuk perancangan iklan animasi 3D OVP :

#### **3.1.6.1 Metode Wawancara**

Wawancara adalah sebuah proses interaksi antara dua individu atau lebih, di mana seorang peneliti (atau pewawancara) bertanya kepada seorang informan (atau responden) tentang topik atau subjek tertentu dengan tujuan mendapatkan informasi yang mendalam dan detail[19]. Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali informasi terkait aplikasi OVP.

Dalam perancangan ini, penulis melakukan wawancara kepada informan terkait data yang dibutuhkan untuk membuat iklan aplikasi OVP. Data yang dibutuhkan meliputi beberapa hal terkait latar belakang dibuatnya aplikasi OVP, cara penggunaan aplikasi, dan manfaat dari adanya aplikasi tersebut bagi masyarakat desa sebagai target marketnya.

### **3.1.6.2 Metode Observasi**

Metode observasi adalah cara untuk memperoleh data dengan menggunakan indra, terutama indra penglihatan dan indra pendengaran. Observasi memiliki definisi sebagai pencatatan dan pengamatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diselidiki [20]

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dilaksanakan dengan mengamati kondisi di salah satu desa, yaitu desa Adiluhur, kabupaten Kebumen. Hal-hal yang diamati berupa kondisi permasalahan-permasalahan yang ada di desa tersebut dari berbagai bidang seperti pertanian, pariwisata, dan UMKM. Dari berbagai permasalahan tersebut dianalisa materi iklan seperti apa yang menjadikan OVP sebagai *problem solver* dari pberbagai permasalahan tersebut.

### **3.1.6.3 Metode Kuesioner**

Kuesioner adalah rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada suatu kelompok individu dengan untuk memperoleh data [21]. Metode kuesioner sering digunakan karena data yang dikumpulkan lebih banyak dalam jangka waktu yang relative pendek. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, penulis

menggunakan metode kuesioner untuk mengumpulkan informasi berupa presentase tentang berapa banyak yang mengetahui aplikasi OVP. Dengan adanya kuesioner tersebut, penulis dapat memperoleh informasi terkait urgensi mengapa aplikasi tersebut perlu untuk diiklankan.

#### **3.1.6.4 Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi merujuk pada pengumpulan informasi yang penting dari catatan yang berasal dari lembaga, organisasi, atau individu[22]. Dalam konteks penelitian, dokumentasi merupakan proses di mana peneliti mengambil gambar atau mencatat informasi tambahan guna memperkuat hasil dari studi yang dilakukan.

Pada perancangan ini, dokumen yang digunakan peneliti adalah modul-modul terkait aplikasi OVP yang meliputi modul panduan penggunaan aplikasi, modul pelatihan oleh fasilitator, dan modul pembelajaran content creator OVP.

#### **3.1.7 Metode Analisis Data**

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk menganalisa kelebihan atau kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis [23]. Beberapa ahli menyimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan yang sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan strategi.

*Strengths* atau kekuatan dalam SWOT berarti kondisi yang dapat dijadikan sebagai kekuatan atau keunggulan dalam produk atau perusahaan. *Weakness* atau kelemahan berarti suatu kondisi yang dapat dijadikan kelemahan dari suatu produk atau perusahaan. *Opportunities* atau peluang berarti kondisi dari luar perusahaan yang sifatnya dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri. Sedangkan *threats*, berarti kondisi dari luar perusahaan yang dapat mengancam serta mengganggu pertumbuhan dari perusahaan tersebut.



## 3.2 Identifikasi Data

### 3.2.1 Profil Instansi

Nama Instansi : Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi

Alamat Instansi : Jl. TMP Kalibata No.17, Jakarta Selatan, 12750, DKI Jakarta, Indonesia.  
Jl. Abdul Muis No.7, RT.2/RW.3, Gambir, Jakarta Pusat, DKI Jakarta.

Nomor Telepon : 021 – 7994372

Alamat Website : [www.kemendesa.go.id](http://www.kemendesa.go.id)



Gambar 3. 1 Logo Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi  
(Sumber : kemendesa.go.id)

### 3.2.2 Deskripsi Instansi

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (KDPDTT) Republik Indonesia adalah sebuah lembaga pemerintahan yang fokus pada pembangunan desa dan daerah perdesaan, pemberdayaan masyarakat desa, percepatan perkembangan daerah-daerah yang masih tertinggal, dan transmigrasi. Bertanggung jawab langsung kepada Presiden, kementerian ini dikepalai oleh Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi [24].

Sejak Oktober 2014, Marwan Ja'far menjadi Menteri di Kementerian tersebut, kemudian digantikan oleh Eko Putro Sandjojo pada tahun 2016. Kemudian pada saat ini, berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 113/P Tahun 2019 tentang Kabinet Indonesia Maju periode 2019-2024, kepemimpinan Kementerian ini kini dipegang oleh Abdul Halim Iskandar.

Seiring berjalannya waktu, Kementerian ini telah mengalami perubahan nama sebanyak tiga kali. Pertama kali, dikenal sebagai Kementerian Negara Percepatan Pembangunan Kawasan Timur Indonesia saat Kabinet Gotong Royong di bawah kepemimpinan Presiden Megawati Soekarnoputri. Kedua, berganti nama menjadi Kementerian Negara Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dan terakhir menjadi Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo di Kabinet Kerja.

Menurut Permendes No. 15 Tahun 2020, tugas Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi meliputi urusan pemerintahan terkait pembangunan desa dan kawasan perdesaan, pemberdayaan masyarakat desa, percepatan pembangunan daerah tertinggal, dan transmigrasi, dengan tujuan mendukung Presiden dalam menjalankan pemerintahan negara [25]

Berdasarkan Permendes No. 15 Tahun 2020, Kementerian Desa bertanggung jawab untuk:

- a) merumuskan, menetapkan, dan melaksanakan kebijakan di bidang pembangunan desa dan perdesaan, pengembangan ekonomi dan investasi desa, daerah tertinggal, dan transmigrasi, pembangunan dan pengembangan kawasan transmigrasi, serta menyelaraskan percepatan pembangunan daerah tertinggal;
- b) mengoordinasikan pelaksanaan tugas, membina, dan memberikan dukungan administratif kepada semua unsur organisasi di lingkungan Kementerian tersebut;
- c) mengelola barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawabnya;
- d) mengawasi pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian tersebut;
- e) memberikan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementerian tersebut di daerah.
- f) Penyelenggaraan pengembangan kebijakan serta peningkatan daya saing, penyusunan rencana pembangunan yang terpadu, dan manajemen data dan

informasi dalam konteks pembangunan desa, perdesaan, daerah tertinggal, dan transmigrasi;

- g) Penyelenggaraan pengembangan sumber daya manusia dan pemberdayaan masyarakat di wilayah desa, daerah tertinggal, dan transmigrasi;

### 3.2.3 Data Produk

OVP (*Online Video Platform*) Akademi Desa adalah aplikasi resmi yang dirilis oleh Kementerian Desa pada tahun 2022. Tujuan dibuatnya aplikasi ini adalah untuk menciptakan ekosistem pembelajaran berbasis digital yang dapat dengan mudah diakses masyarakat dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan keterampilan masyarakat yang ada di desa [26]. OVP Akademi Desa sebagai pusat pembelajaran masyarakat (*Community Center Learning*) diharapkan mampu memberikan ruang berbagi pengetahuan tentang suatu inovasi, pembangunan, dan kehidupan masyarakat desa di daerah yang tertinggal.

Terdapat 2 cara untuk mengakses aplikasi ini. Cara yang pertama yaitu diakses melalui website <https://ovp.kemendesa.go.id/>. Sedangkan cara yang kedua dengan melakukan instalasi di *smartphone* android melalui Google Playstore. Untuk pengguna yang memiliki perangkat dengan konektivitas maksimal 2G/3G disarankan untuk mengakses melalui peramban web yang tersedia di perangkat tersebut. Sedangkan untuk pengguna *smartphone* android, disarankan untuk mengunduh dan menginstalnya melalui Google Playstore.

Setelah mengakses aplikasi OVP tersebut, pengguna bisa langsung menjelajahi video-video yang disediakan oleh aplikasi tersebut. Namun, pengguna belum bisa melakukan interaksi seperti reaksi video, komentar, dan berdiskusi. Untuk melakukan itu, pengguna bisa *login* dengan menggunakan alamat email atau nomor telepon dan kata sandi yang pernah didaftarkan. Namun jika belum pernah mendaftar, bisa masuk menggunakan akun Google masing-masing atau masuk dengan mendaftarkan nama pengguna, nama lengkap, alamat email/telepon, kata sandi, dan jenis pengguna yang meliputi individu, desa, lembaga, Kemendesa, atau Balai Latihan Masyarakat.

Untuk menjadi *Content Creator* dari aplikasi OVP ini, pengguna diarahkan untuk mengisi nama lengkap, nomor telepon, alamat, tempat tanggal lahir, dan pekerjaan, serta foto diri dan surat keterangan desa (opsional) sebagai keterangan rekomendasi dari desa sebagai *content creator* desa. Dengan menjadi *content creator*, pengguna dapat mengunggah video pembelajaran desa yang terjamin kevalidannya dan dapat menjadi bahan pembelajaran dan diskusi bagi masyarakat desa.

Sebagai pengguna reguler, pengguna dapat melakukan interaksi terhadap video yang telah diunggah oleh *content creator* berupa fitur sukai, komentar, menambahkan video ke daftar putar, berbagi video, bahkan terdapat fitur unduh agar bisa diputar secara luring kapanpun dan di manapun.

Dalam aplikasi OVP, terdapat beberapa kategori video yang dapat dijadikan sumber pembelajaran desa, di antaranya adalah penanganan *stunting*, inovasi dan teknologi desa, wisata desa, inspirasi pendampingan desa, animasi, dan tutorial. Pengguna dapat melakukan pencarian berdasarkan topik, judul

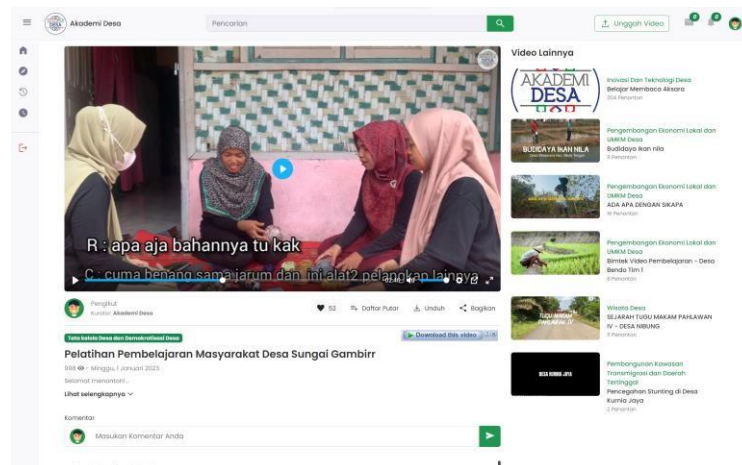
video, maupun kategori. Pencarian juga dapat diurutkan sesuai jumlah penonton, tanggal publikasi, durasi, judul, kualitas grafik, sumber video, dan kabupaten/kota dari video tersebut.

Untuk pengguna yang sudah terdaftar dalam aplikasi, pengguna dapat mengakses fitur pesan yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna yang lain, bisa berupa interaksi antar pengguna atau berinteraksi dengan *content creator* atau lembaga desa. Pengguna yang terdaftar juga dapat mengikuti *content creator* untuk memperoleh informasi terbaru dari *content creator tersebut*. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk mengikuti pengguna lain di aplikasi OVP Kemendesa ini.

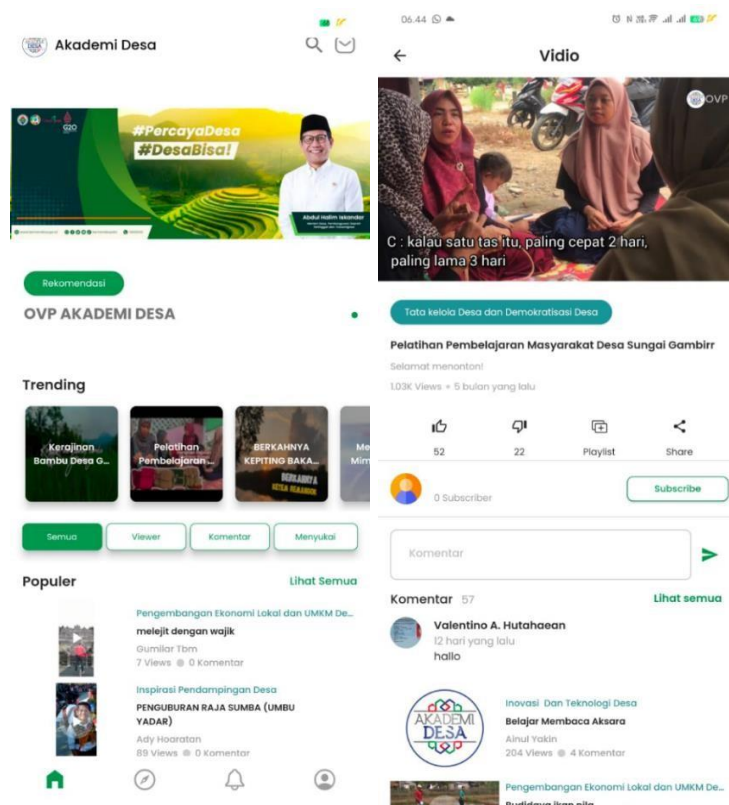
### 3.2.4 Data Visual



Gambar 3. 2 Halaman Beranda Website OVP Akademi Desa  
(Sumber: ovp.kemendesa.go.id)



Gambar 3. 3 Halaman Video Website OVP Akademi Desa  
(Sumber : ovp.kemendesa.go.id)

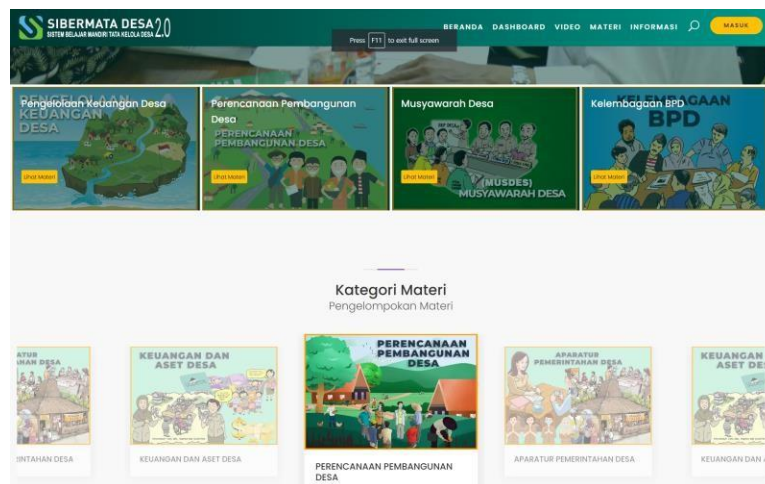


Gambar 3. 4 Halaman Beranda dan Video Aplikasi OVP Akademi Desa  
(Sumber : aplikasi OVP Akademi Desa)

### 3.2.5 Studi Komparasi

#### 3.2.5.1 Sibermata Desa

Sibermata Desa adalah sebuah sistem pembelajaran mandiri berbasis internet yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas aparatur desa di seluruh Provinsi Jawa Timur. Tujuan utamanya adalah memberikan pendekatan belajar yang mandiri serta evaluasi yang dapat dilakukan sendiri oleh para aparatur desa, sehingga aparatur desa dapat melaksanakan tugas dan fungsi mereka dengan lebih baik dalam mengelola Desa [27]. Proses belajar ini akan didampingi oleh Fasilitator Belajar pada setiap modul yang ada, memungkinkan terjadinya komunikasi antara para peserta dan pendamping selama proses belajar.



Gambar 3. 5 Halaman beranda website Sibermata Desa 2.0  
(Sumber : [sibermatadesa.dpmd.jatimprov.go.id](http://sibermatadesa.dpmd.jatimprov.go.id))

Sibermata Desa dijalankan dan dikelola oleh Dinas Pemberdayaan dan Masyarakat Desa Provinsi Jawa Timur. Hal ini sejalan dengan dukungan terhadap implementasi Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 73 Tahun 2017 yang



mengatur tentang peningkatan kapasitas aparatur desa (PKAD).

Platform Sibermata Desa menyajikan modul-modul pembelajaran yang langsung terkait dengan kebutuhan pengembangan kapasitas aparatur desa serta berbagai regulasi yang berkaitan dengan pengelolaan desa.

Sejauh ini, platform Sibermata Desa dipromosikan dengan cara mengadakan penyuluhan dan sosialisasi ke desa-desa di Jawa Timur. Sibermata menghadirkan beberapa fasilitator untuk melatih para aparatur desa secara langsung tentang penggunaan platform Sibermata.

#### **3.2.5.2 Desa Apps**

Desa Apps adalah platform komunikasi, diskusi, dan pembelajaran bagi petani, penyuluh, serta ahli di bidang agrokomples (pertanian, peternakan, dan perikanan) berbasis digital [28]. Aplikasi ini dikembangkan oleh Universitas Gadjah Mada berbasis Android 'Desa Apps' sebagai media penyuluhan digital. Desa Apps memungkinkan interaksi dan kolaborasi antara petani, penyuluh, dan pakar di bidang agrokomples (pertanian, peternakan, dan perikanan) serta menyediakan ruang untuk diskusi.

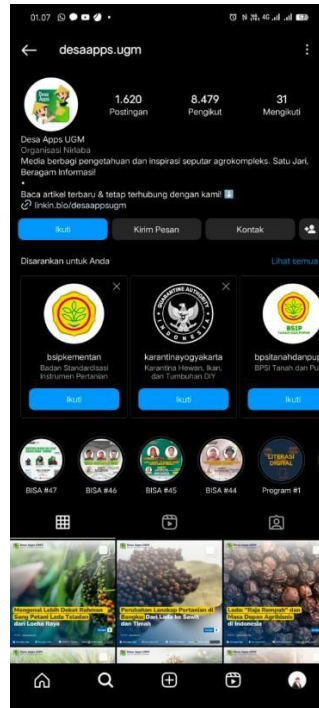


Gambar 3. 6 Halaman beranda aplikasi Desa Apps UGM  
(Sumber: DesaApps)

Aplikasi ini dapat diunduh di PlayStore dan digunakan secara gratis. Tujuan dibuatnya aplikasi ini adalah untuk meningkatkan kualitas praktik pertanian dan peternakan di Indonesia mulai dari tahap perencanaan, penanaman, perawatan, panen, hingga analisis keberlanjutan usaha pertanian. Fitur yang ditawarkan oleh aplikasi ini adalah forum diskusi, artikel, info cuaca, catatan tani, pasar, dan info harga pangan.

Sejauh penelitian ini dilakukan, upaya promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan media sosial Instagram. Desa Apps secara rutin mengunggah informasi berkaitan tentang desa seperti berita mengenai desa-desa di Indonesia, inovasi desa, dan kisah inspiratif tokoh desa. Desa Apps sendiri memiliki *tagline* sendiri yaitu “Satu Jari,

Beragam Informasi” guna menguatkan *branding* dari aplikasi tersebut.



Gambar 3. 7 Profil akun media sosial Instagram Desa Apps UGM  
(Sumber : Instagram)

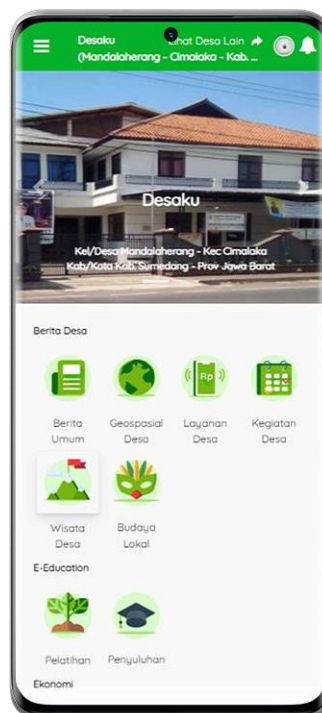
Selain menggunakan sosial media, Desa Apps juga melakukan penyuluhan ke desa-desa dengan menghadirkan fasilitator UGM untuk mengenalkan Desa Apps kepada masyarakat desa.

### 3.2.5.3 Inidesaku

Aplikasi digital Inidesaku.id adalah aplikasi digital untuk membangun Desa Cerdas sesuai dengan peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Melalui digitalisasi perdesaan, platform ini memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat desa dalam aspek ekonomi, sosial, dan budaya

untuk memperkuat ketahanan masyarakat yang berdampak pada ketahanan nasional [29].

Inidesaku.id mendorong pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa dengan visi utama untuk meningkatkan kondisi ekonomi serta kesejahteraan sosial dan budaya. Program utamanya adalah membangun Desa Digital yang akan menjadi fondasi penting dalam mewujudkan Desa Cerdas (Smart Kampung) yang kemudian akan berkontribusi pada pengembangan Kota Cerdas (Smart City).



Gambar 3. 8 Halaman beranda aplikasi IniDesaku  
(Sumber : inidesaku.id)

Inidesaku melakukan strategi promosi secara langsung (*direct marketing*) yang melibatkan langkah-langkah

perkenalan, instalasi, dan percobaan kepada calon pengguna. Proses ini dimulai dengan pengenalan aplikasi kepada pelanggan yang kemudian diikuti dengan instalasi aplikasi jika pelanggan tertarik. Selanjutnya, pelanggan akan mencoba dan mendapatkan pengalaman menggunakan aplikasi tersebut. Setelah mencoba, pelanggan kemungkinan akan memiliki pertanyaan atau minat untuk menyesuaikan aplikasi sesuai kebutuhan mereka. Hal ini dapat membawa pendapatan melalui biaya pemeliharaan, penyesuaian, dan dukungan yang diberikan kepada pelanggan [30].

Selain dengan *direct marketing*, Inidesaku juga memproduksi video iklan animasi 2D di platform YouTube. Video animasi ini berisi pengenalan aplikasi Inidesaku, mulai dari fitur hingga manfaat yang akan diperoleh pengguna aplikasi Inidesaku.



Gambar 3. 9 Animasi iklan 2D aplikasi Inidesaku  
(Sumber : youtube.com)

### 3.3 Analisis Data

#### 3.3.1 Analisis SWOT

##### 1) *Strengths*

Tabel 3. 1 Analisis SWOT (*Stregths*)

	<i>Strengths</i>
OVP Akademi Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Didukung langsung oleh kementerian desa</li> <li>• Modul pembelajaran yang lengkap bagi para fasilitator dan <i>content creator</i>.</li> <li>• Sistem pembelajaran tidak hanya melalui artikel, namun juga menggunakan video sehingga informasi lebih bisa tersampaikan karena adanya visualisasi</li> <li>• Bisa diakses melalui aplikasi <i>mobile</i> maupun website</li> <li>• Aplikasi menyediakan konten video pembelajaran desa yang terjamin kevalidannya, memberikan nilai tambah dan keandalan informasi.</li> <li>• Menjadi pusat pembelajaran masyarakat (<i>Community Center Learning</i>), memberikan ruang bagi berbagi pengetahuan, inovasi, dan kehidupan masyarakat desa</li> </ul>
Sibermata Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dukungan dari Dinas Pemberdayaan dan Masyarakat Desa Provinsi Jawa Timur.</li> </ul>
Desa Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dikembangkan oleh Universitas Gadjah Mada, memberikan otoritas dan keahlian dari lembaga pendidikan yang terkemuka.</li> <li>• Menyediakan platform komunikasi dan pembelajaran bagi petani, penyuluh, dan ahli di bidang agrokomplesks.</li> </ul>

Inidesaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus pada pembangunan Desa Cerdas dengan pendekatan digital.</li> <li>• Strategi promosi langsung (<i>direct marketing</i>) dan penggunaan video iklan animasi 2D di YouTube.</li> </ul>
-----------	--

## 2) Weakness

Tabel 3. 2 Analisis SWOT (*Weakness*)

	<i>Weakness</i>
OVP Akademi Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada promosi melalui media sosial ataupun media pendukung lainnya.</li> </ul>
Sibermata Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode promosi yang saat ini terfokus pada penyuluhan dan sosialisasi ke desa-desa saja, mungkin belum menjangkau secara luas karena masih dipromosikan secara <i>direct marketing</i>.</li> <li>• Belum tersedia versi aplikasi <i>mobile</i></li> </ul>
Desa Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbatasnya upaya promosi hanya melalui media sosial Instagram dan penyuluhan ke desa-desa.</li> </ul>
Inidesaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum mengadakan promosi menggunakan media sosial Instagram atau media sosial sejenisnya</li> </ul>

3) *Opportunities*Tabel 3. 3 Analisis SWOT (*Opportunities*)

	<i>Opportunities</i>
OVP Akademi Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi untuk meningkatkan strategi promosi melalui media sosial dan platform lainnya.</li> <li>• Peluang untuk kolaborasi dengan desa-desa dalam menciptakan konten pembelajaran yang berkualitas dan relevan.</li> </ul>
Sibermata Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi untuk meningkatkan jangkauan promosi melalui media sosial atau platform online lainnya .</li> <li>• Kemungkinan untuk meningkatkan kerjasama dengan pihak-pihak di luar Provinsi Jawa Timur.</li> </ul>
Desa Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi untuk memperluas promosi melalui platform online lainnya atau kemitraan dengan instansi terkait di bidang pertanian dan peternakan.</li> <li>• Kesempatan untuk menambah fitur atau konten yang lebih menarik bagi pengguna.</li> </ul>
Inidesaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi untuk meningkatkan visibilitas dan minat pengguna melalui strategi promosi yang lebih luas.</li> <li>• Kemungkinan untuk berkolaborasi dengan pemerintah daerah atau lembaga lain untuk peningkatan penggunaan aplikasi ini.</li> </ul>



4) *Threats*Tabel 3. 4 Analisis SWOT (*Threats*)

	<i>Threats</i>
OVP Akademi Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebanyakan orang mungkin lebih nyaman belajar melalui platform video online yang sudah populer saat ini.</li> </ul>
Sibermata Desa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan aplikasi serupa yang memiliki promosi yang lebih luas</li> <li>• Sebagian pengguna aplikasi lain yang serupa mungkin akan lebih nyaman jika ada versi aplikasi <i>mobilenya</i> karena secara aksesibilitas lebih mudah dan cepat, serta memungkinkan adanya akses tanpa internet.</li> <li>• Sistem Website memungkinkan adanya keamanan data yang kurang terjamin dibandingkan dengan aplikasi <i>mobile</i></li> </ul>
Desa Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan aplikasi serupa yang dapat menawarkan fitur atau informasi yang lebih lengkap.</li> <li>• Persaingan dengan aplikasi serupa yang memiliki media promosi yang lebih banyak dan luas.</li> </ul>
Inidesaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi untuk meningkatkan visibilitas dan minat pengguna melalui strategi promosi yang lebih luas.</li> </ul>

3.3.2 USP (*Unique Selling Proposition*)

USP atau Unique Selling Proposition merujuk pada hal yang membedakan produk atau layanan dari yang lain di pasaran. USP adalah hal unik yang menonjol dari produk yang tidak dimiliki oleh

pesaing, dan hal ini harus diungkapkan dengan jelas dan tegas dalam pesan pemasaran [31]. Berdasarkan Analisa SWOT yang sudah dilakukan sebelumnya, USP dari aplikasi OVP ini adalah aplikasi pembelajaran desa berupa video dan forum diskusi yang didukung langsung oleh kementerian desa, aplikasi ini juga berperan sebagai pusat pembelajaran masyarakat yang ada di desa.

### 3.3.3 Positioning

*Positioning* adalah bagaimana produk atau merek ditempatkan di benak konsumen relatif terhadap pesaingnya dan bagaimana produk dipahami dan dirasakan oleh konsumen. Posisi yang efektif harus menonjolkan kesan yang unik, relevan, dan berbeda dari produk serupa lainnya [32]. OVP Akademi Desa memiliki *positioning* sebagai sumber pembelajaran yang terpercaya, didukung langsung oleh kementerian desa, dengan menonjolkan inovasi teknologi dalam modul pembelajaran berbasis video yang terjamin kevalidannya.

## 3.4 Target Audiens

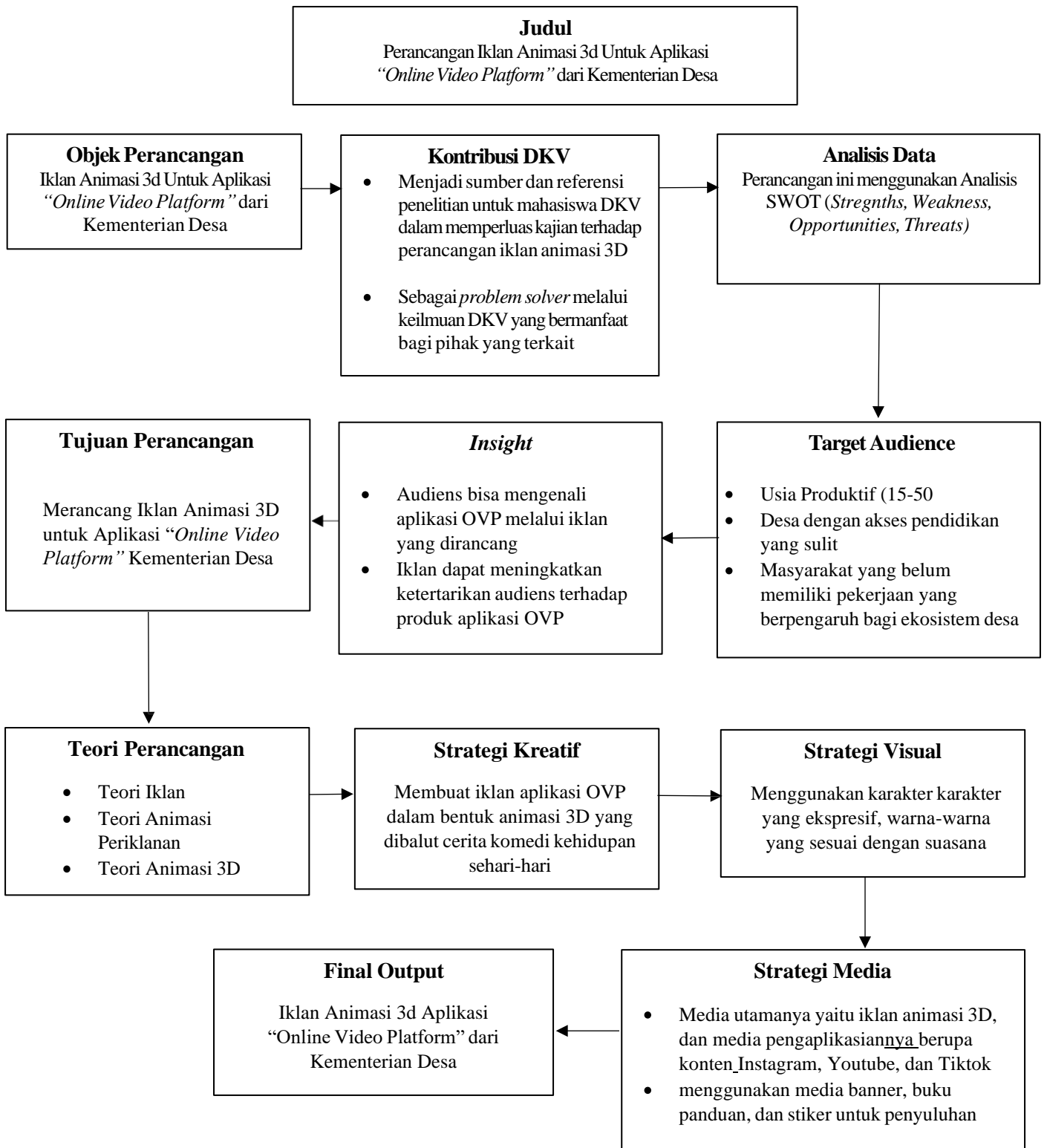
Target audiens adalah kelompok konsumen spesifik yang menjadi fokus dari upaya pemasaran suatu produk atau layanan. Proses identifikasi ini melibatkan analisis mendalam terhadap karakteristik demografis, psikografis, perilaku, dan geografis dari kelompok konsumen yang menjadi sasaran [7]. Memahami secara mendalam siapa target audiensnya memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif, termasuk dalam hal komunikasi, posisi produk, dan metode menjangkanya, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi dari kelompok yang dituju. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang target audiens menjadi kunci penting dalam kesuksesan suatu strategi pemasaran.

Berdasarkan informasi yang tersedia, target audiens aplikasi OVP Akademi Desa dapat diperinci berdasarkan demografis sebagai berikut:

- Lokasi Geografis: Masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, daerah tertinggal, dan area transmigrasi di Indonesia menjadi target utama. Mereka yang berada di lingkungan desa, terpencil, atau daerah dengan akses terbatas terhadap pendidikan dan informasi bisa menjadi audiens yang signifikan.
- Usia: OVP menargetkan masyarakat yang sedang di masa usia produktif, yaitu sekitar 15-50 tahun. Yang mana pada rentang usia tersebut, masyarakat remaja sudah mulai ikut kegiatan-kegiatan desa dan masyarakat yang lebih tua juga belum memasuki masa pensiun.
- Sosioekonomi: Aplikasi OVP Akademi Desa menargetkan kelompok masyarakat dengan berbagai tingkat pendapatan dan status sosial. Fokus utamanya adalah pada kalangan menengah ke bawah di pedesaan yang mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi dan informasi dengan catatan masih memiliki *smartphone* untuk berkomunikasi.
- Pendidikan: Meskipun tidak ada spesifikasi pendidikan yang disebutkan secara eksplisit, target audiensnya bisa meliputi berbagai tingkat pendidikan, mulai dari mereka yang memiliki pendidikan rendah hingga mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, tetapi memiliki akses terbatas terhadap informasi.

Dengan demikian, target audiens aplikasi ini tidak terbatas pada satu kelompok demografis tertentu, tetapi mencakup berbagai lapisan masyarakat di daerah pedesaan Indonesia yang memiliki kebutuhan akan informasi dan pendidikan mengenai kehidupan desa.

### 3.5 Kerangka Perancangan



### 3.6 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan ke-					
	8	9	10	11	12	1
Pencarian Objek						
Penentuan Judul						
Wawancara & Observasi						
Analisis Data						
Penyusunan Proposal						
Seminar Proposal / TA 1						