

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nussa official merupakan sebuah *channel* YouTube animasi yang mengemas nilai keagamaan dengan jangkauan audiens dalam negeri hingga skala Asia Tenggara. Diproduksi oleh rumah animasi *The Little Giantz* dan *4Stripe Production*, Nussa Official berhasil menjawab keresahan akan kurangnya konten edukasi berkualitas dalam dunia animasi di Indonesia.

Lebih dari sekedar visi karya anak bangsa yang ingin mendunia, Nussa Official mampu menunjukkan popularitasnya dengan masuk ke dalam *trending topic* hanya dalam waktu seminggu di YouTube. Akronim dari kata Nusantara yang terdiri dari Nussa, Anta, dan Rara, menjadi sebuah simbol kebangsaan tersendiri agar khalayak dari mancanegara menyadari bahwa animasi ini berasal dari Indonesia.

Berbeda halnya dengan animasi kartun terkemuka dari Malaysia, yakni *Upin-Ipin* yang tayang perdana di Indonesia setelah dua tahun rilis (Yusuf, 2021). Nussa Official berhasil menembus pasar internasional dengan tayang di saluran berbayar *Malaysia Astro Ceria*, dalam kurun waktu satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa film animasi yang menggabungkan unsur hiburan, moral, dan inklusivitas menjadi tren yang mudah diterima dengan baik oleh audiens global (Satria, 2021).

Dedikasi Nussa Official dalam menghadirkan film pendek animasi bertema dakwah diakui oleh berbagai lembaga penyiaran dan institusi terkait tentang pentingnya tayangan ramah anak (Widya, 2019). Keberhasilan animasi ini pun terlihat dari pencapaian prestasinya. Nussa Official berhasil meraih dua penghargaan bergengsi pada tahun 2019, yaitu Anugerah Syiar Ramadhan dan Anugerah Penyiaran Ramah Anak.

Kehadiran karakter Nussa sebagai penyandang disabilitas tunadaksa mempunyai pengaruh terhadap empati anak usia dini (Demillah, 2019). Melalui penggambaran karakter yang berjiwa optimis, segi penyampaian yang mudah dimengerti, animasi ini berhasil menciptakan ikatan emosional dengan audiensnya.

Film pendek animasi memiliki gaya dan kelengkapan visual audio yang menarik. Hal ini membuat Nussa Official bukan hanya digemari oleh anak-anak, tetapi juga semua kalangan termasuk orang tua. Daya tarik ini berhasil membuat Nussa Official memiliki *subscriber* mencapai 10,5 juta dan lebih dari 434 tayangan video di channel youtubenya.

Perkembangan pesat media sosial khususnya YouTube, telah menciptakan perubahan besar dalam cara orang berinteraksi dengan informasi (Budianto, 2020). *Channel* YouTube Nussa Official bukan hanya sebagai platform hiburan, melainkan sarana yang efektif untuk edukasi dan dakwah. Masyarakat yang semakin cerdas dalam mengkonsumsi media, menuntut dakwah pun harus lebih cerdas. Sesuai dengan istilah “*seeing is believing*”, bahwa manusia akan percaya setelah melihat sendiri kenyataanya (Nilnan,

2016 : 105). Hal ini mendorong munculnya dakwah komunikasi visual, yaitu media komunikasi yang merepresentasikan dakwah melalui visual. Keefektifan dakwah komunikasi visual terlihat pada beberapa film pendek Nussa Official, seperti *Belajar Ikhlas*, *Ayo Berdzikir*, dan *Nussa Bisa*. Tayangan ini sukses menginternalisasikan pesan moral dan agama khususnya pada anak-anak (Ramadhini, 2021).

Salah satu film pendek animasi pada YouTube Nussa Official adalah *Nussa Bisa*. Film pendek ini menjadi film yang sangat menarik perhatian penonton, dibuktikan dengan jumlah tayangan yang mencapai 30,9 juta dan jumlah *likes* hingga 439 ribu. Bertajuk *Nussa Special : Nussa Bisa* menggambarkan atensi yang berbeda dibandingkan dengan episode edisi Nussa lainnya dengan rata-rata tayangan mencapai 10-15 juta. Ketertarikan ini diperkuat melalui alur ceritanya yang relevan dan menyentuh, menampilkan Nussa seorang anak penyandang disabilitas tunadaksa yang memiliki impian menjadi pemain sepak bola. Visualisasi yang inklusif dan representatif ini memperkuat pesan bahwa setiap individu, termasuk yang memiliki keterbatasan fisik, mempunyai potensi untuk bermimpi dan berkontribusi. Hal ini diperkuat dengan adanya penekanan nilai-nilai seperti semangat, ketekunan, dan penerimaan diri yang mendorong munculnya dakwah melalui pendekatan komunikasi visual. Dalam konteks ini, dakwah tidak dilakukan secara verbal atau langsung, melainkan dikemas melalui media visual yang kuat dan emosional. Sehingga nilai-nilai dakwah disajikan secara halus, relevan, dan mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Selain itu, dalam konteks visual, film pendek ini menggunakan konsep multimedia yang menggabungkan antara gambar, teks, audio, animasi, dan video (Asmawati, 2020). Membuat gambar diam dapat bergerak dan bersuara untuk memvisualkan nilai-nilai agama yang berpengaruh positif terhadap konsep diri anak-anak khususnya balita. Pada rentang usia ini, balita memiliki daya tangkap dan kemampuan meniru yang sangat tinggi sehingga mudah untuk ditanamkan perilaku yang baik (Mufarochah, 2020). Terlebih film pendek ini memberikan pemahaman baru bagi balita tentang penyandang disabilitas yang diperankan oleh Nussa. Berdasarkan konsep dan tujuan tersebut, tentunya memiliki berbagai strategi agar tayangan ini berhasil membentuk konsep diri balita tentang disabilitas.

Namun demikian, konsep diri anak-anak penyandang disabilitas sering kali dipengaruhi oleh pandangan sosial yang stereotipikal atau ketidaktahuan mengenai disabilitas. Perspektif sosial atau pandangan negatif dapat menurunkan rasa percaya diri anak-anak penyandang disabilitas, sementara pengalaman positif dalam lingkungan sosial yang mendukung dapat memperkuat konsep diri anak-anak penyandang disabilitas (Kusumaningrum, 2019 : 101).

Disabilitas merupakan sebuah kondisi yang membatasi kemampuan fisik dan mental seseorang. Kondisi ini dapat juga diartikan sebagai keadaan tidak mampu melakukan hal-hal dengan cara yang biasa. Salah satu jenis disabilitas, yakni disabilitas fisik. Tunadaksa atau disabilitas fisik adalah suatu kondisi yang mengalami kelainan pada alat gerak seperti sendi, tulang, dan

otot (Noverma, 2023). Pada anak-anak, disabilitas dapat memengaruhi perkembangan fisik, kognitif, sosial, dan emosional. Hal ini dapat berdampak pada pembentukan konsep diri dan persepsi terhadap kemampuan dirinya sendiri.

Konsep diri merupakan gambaran yang terbentuk dalam pikiran seorang individu mengenai siapa dirinya. Hal tersebut dipengaruhi oleh pengalaman, interaksi sosial, dan bagaimana dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Bagi anak-anak penyandang disabilitas, lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman sebaya, dan masyarakat, memainkan peran krusial dalam membentuk pandangannya terhadap diri sendiri.

Meskipun konsep diri anak-anak penyandang disabilitas sering kali dipengaruhi oleh perspektif negatif dari sosial, tayangan Nussa Official di YouTube justru menawarkan representasi yang berlawanan dengan pandangan tersebut. Tayangan ini menggambarkan anak-anak penyandang disabilitas sebagai individu yang berdaya, mandiri, dan mampu mengatasi tantangan hidup. Hal ini bertolak belakang dengan pandangan sosial yang seringkali menstigmatisasi atau membatasi potensi penyandang disabilitas. Oleh karena itu, YouTube, memiliki potensi besar untuk mengubah dan memperkaya perspektif negatif ini.

Berdasarkan kontradiksi antara stereotipikal disabilitas dengan penayangan film pendek animasi Nussa yang menggambarkan anak-anak penyandang disabilitas sebagai individu yang berdaya, mandiri, dan mampu mengatasi tantangan hidup, diperlukan penelitian lebih mendalam mengenai

strategi yang diterapkan oleh YouTube Nussa Official melalui visual animasi kartun tersebut.

Beberapa peneliti sudah banyak yang melakukan penelitian terkait analisis tayangan animasi kartun Nussa Official sebagai media pembelajaran nilai-nilai keagamaan dan penerapan dakwah islam. Peneliti menyoroti beberapa penelitian utama yang dijadikan acuan seperti ungkapan dari Hayati et al., (2022) yang menyatakan bahwa film pendek Nussa dapat menjadi media pembelajaran alternatif pada anak usia dini tentang nilai-nilai moral tanpa memaksa anak untuk melakukan tindakan moral yang diinginkan. Hal ini didukung juga oleh Rubino & Ridha (2023) yang mengungkapkan film pendek animasi Nussa bertujuan untuk menyediakan sarana yang diperlukan bagi orang tua dan anak-anak untuk menumbuhkan moral dan karakter. Sedangkan sedikit berbeda dengan Pratama (2023) yang mengungkapkan bahwa film pendek animasi Nussa mampu menyesuaikan pembentukan akhlak anak usia dini yang sesuai dengan perkembangan agama anak. Dalam penelitiannya Pratama menguraikan beberapa episode Film Nussa berhasil memvisualkan akhlak mulia yang diajarkan dalam Islam yakni, toleransi, bertaqwa, bersyukur, hingga *ikhlas*.

Dari ketiga penelitian di atas, tidak ada yang secara dominan menyoroti pembentukan konsep diri anak-anak secara spesifik. Kebanyakan membahas hal umum yang menjadi landasan utama film pendek Nussa ini dibuat yakni untuk menumbuhkan moral, karakter, serta akhlak pada anak-anak. Sementara hal krusial muncul ketika anak-anak cenderung

mempertanyakan visual yang mereka lihat, seperti perbedaan fisik pada karakter Nussa yang dalam konteks ini disebut sebagai karakter penyandang disabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini penting karena dapat memberikan sudut pandang yang berbeda bagi anak tentang issue inklusivitas.

Untuk menunjang proses penelitian ini, digunakan teori strategi komunikasi Mohr dan Nevin yang akan menghasilkan data mengenai analisis situasi, proses perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini secara spesifik ingin mengungkapkan bagaimana strategi visual yang dirancang Nussa Official dalam membentuk konsep diri tentang disabilitas, maka penelitian ini akan mengambil judul : “Strategi Visual Youtube Nussa Official dalam Membentuk Konsep Diri Balita tentang Disabilitas”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada problematika representasi disabilitas dalam platform video YouTube dan diajukan dalam pertanyaan sub masalah, berdasarkan teori yang digunakan yaitu teori strategi komunikasi oleh Mohr & Nevin, maka fokus penelitian dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana analisis situasi strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official?
- 1.2.2 Bagaimana perencanaan strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official?
- 1.2.3 Bagaimana implementasi strategi visual dalam membangun konsep diri

anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official?

- 1.2.4 Bagaimana proses evaluasi strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Mengetahui analisis situasi strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official.
- 1.3.2 Mengetahui perencanaan strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official.
- 1.3.3 Mengetahui implementasi strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official.
- 1.3.4 Mengetahui proses evaluasi strategi visual dalam membangun konsep diri anak-anak tentang disabilitas di Youtube Nussa Official.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini bertujuan agar memiliki kegunaan baik dalam aspek akademis serta kegunaan pada aspek praktis, adapun dari kedua aspek ini, kegunaannya adalah :

1.4.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan menjadi salah satu rujukan atau referensi dalam ruang lingkup komunikasi dan penyiaran islam matakuliah komunikasi visual dan tabligh multiplatform serta dapat memberikan referensi bagi perkembangan kajian media, khususnya media Youtube. Serta dapat mengembangkan Ilmu komunikasi dan ilmu dakwah khususnya, dalam produksi konten animasi visual dakwah berbasis dakwah.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan bermanfaat sebagai referensi penelitian terkait strategi visual bagi mahasiswa dalam meneliti serial animasi berbasis dakwah yang bermanfaat bagi perkembangan media dalam meningkatkan program tayangan youtube.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Teori komunikasi yang relevan dalam penelitian ini yaitu teori Strategi Komunikasi, dikembangkan oleh Jakki J. Mohr dan John R. Nevin dalam artikel seminal mereka yang berjudul "*Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective*" (Journal, Vol. 54, No. 4, 1990) membahas bagaimana strategi komunikasi harus disesuaikan dengan karakteristik organisasi dan hubungan antar pihak.

Asumsi dasar teori Mohr dan Nevin dalam konteks media digital seperti media sosial dan aplikasi online bahwa efektivitas strategi komunikasi sangat bergantung pada konteks relasi kekuasaan, partisipasi pengguna, dan karakteristik media itu sendiri. Digitalisasi mendorong dominasi strategi yang bersifat partisipatif dan persuasi.

Rakhmat (2017) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi antara perencanaan dan manajemen pesan yang ditujukan untuk mengubah perilaku audiens. Strategi komunikasi meliputi lima aspek penting: tujuan komunikasi, sasaran audiens, isi

pesan, media penyampaian, dan efektivitas penyampaian. Strategi komunikasi yang baik harus mempertimbangkan tujuan apakah untuk menginformasikan, memengaruhi, atau mengubah perilaku (Suryani, 2021).

Dalam menyusun strategi komunikasi visual film pendek animasi, khususnya melalui media seperti YouTube, diperlukan beberapa pemahaman yang mendalam. Pemahaman ini berkenaan dengan siapa yang menjadi penontonnya, pesan apa yang ingin dibentuk, serta bagaimana cara menyampaikannya. Mohr dan Nevin menambahkan bahwa pemahaman ini bergantung pada efektivitas komunikasi, yakni kesesuaian antara strategi yang digunakan dengan kondisi lingkungan saluran, seperti struktur organisasi, iklim hubungan, dan distribusi kekuasaan dalam saluran tersebut (Mohr & Nevin, 1990).

Secara keseluruhan, teori strategi komunikasi Mohr dan Nevin memberikan kerangka berpikir yang sistematis dan aplikatif untuk mengelola komunikasi strategis, terutama dalam konteks hubungan organisasi yang kompleks. Dengan mengikuti empat tahapan utama yakni analisis situasi, perencanaan, implementasi, dan evaluasi, organisasi dapat membangun komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga mampu memperkuat hubungan jangka panjang.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Penelitian strategi visual pada tayangan film pendek animasi bertema dakwah menggunakan YouTube Nussa Official sebagai objek penelitian. Nussa Official merupakan sebuah *Channel* YouTube animasi yang mengemas nilai keagamaan sebagai media untuk berdakwah dalam bentuk visual. *Channel* YouTube Nussa Official yang menggagas animasi Islam merupakan sarana yang efektif untuk dakwah. Hal ini mendorong munculnya dakwah komunikasi visual, yaitu media komunikasi yang mempresentasikan dakwah melalui visual. Keefektifan dakwah komunikasi visual terlihat pada beberapa film pendek Nussa Official, seperti Belajar Ikhlas, Ayo Berdzikir, dan Nussa Bisa.

Salah satu film pendek animasi pada Nussa Official adalah Nussa Bisa. Film pendek ini menjadi film yang sangat menarik perhatian penonton, dibuktikan dengan jumlah tayangan yang mencapai 30,9 juta dan jumlah *likes* hingga 439 ribu. Bertajuk Nussa Special : Nussa Bisa menggambarkan atensi yang berbeda dibandingkan dengan episode edisi Nussa lainnya dengan rata-rata tayangan mencapai 10-15 juta. Ketertarikan ini diperkuat dengan alur cerita Nussa seorang penyandang disabilitas tunadaksa yang ingin menjadi pemain bola. Terlebih film pendek ini memberikan pemahaman baru bagi balita tentang penyandang disabilitas yang diperankan oleh Nussa.

Namun demikian, konsep diri anak-anak penyandang disabilitas sering kali dipengaruhi oleh pandangan sosial yang stereotipikal atau ketidaktahuan mengenai disabilitas. Perspektif sosial atau pandangan negatif dapat menurunkan rasa percaya diri anak-anak penyandang disabilitas, sementara pengalaman positif dalam lingkungan sosial yang mendukung dapat memperkuat konsep diri anak-anak penyandang disabilitas (Kusumaningrum, 2019 : 101).

Berdasarkan kontradiksi antara stereotipikal disabilitas dengan penayangan Nussa Official yang menggambarkan anak-anak penyandang disabilitas sebagai individu yang berdaya, mandiri, dan mampu mengatasi tantangan hidup, diperlukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi yang diterapkan oleh Nussa Official melalui penayangan tersebut.

Oleh karena itu, pada penelitian Strategi Visual Youtube Nussa Official dalam tayangan film pendek animasi bertema dakwah strategi dakwah pada ini menggunakan teori strategi komunikasi Mohr dan Nevin melalui beberapa tahapan.

Adapun tahapan dalam strategi komunikasi diantaranya:

a. Analisis situasi

Rulianto (2020) menyebutkan bahwa di tahapan ini, organisasi atau individu perlu mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi proses komunikasi. Kondisi internal mencakup berbagai faktor yang berasal dari dalam

organisasi, seperti struktur organisasi, budaya organisasi, iklim komunikasi, gaya kepemimpinan, serta hubungan antar individu di dalam organisasi

Sementara kondisi eksternal meliputi faktor-faktor di luar organisasi yang dapat memengaruhi proses komunikasi, seperti lingkungan sosial, budaya masyarakat, teknologi, media, serta hubungan dengan pihak eksternal (Rulianto, 2020).

b. Perencanaan

Mohr dan Nevin menekankan pentingnya memilih pendekatan komunikasi yang sesuai, apakah bersifat persuasif, informatif, atau koersif, tergantung pada tujuan dan dinamika hubungan antar pihak (Cangara, 2021).

c. Implementasi perencanaan

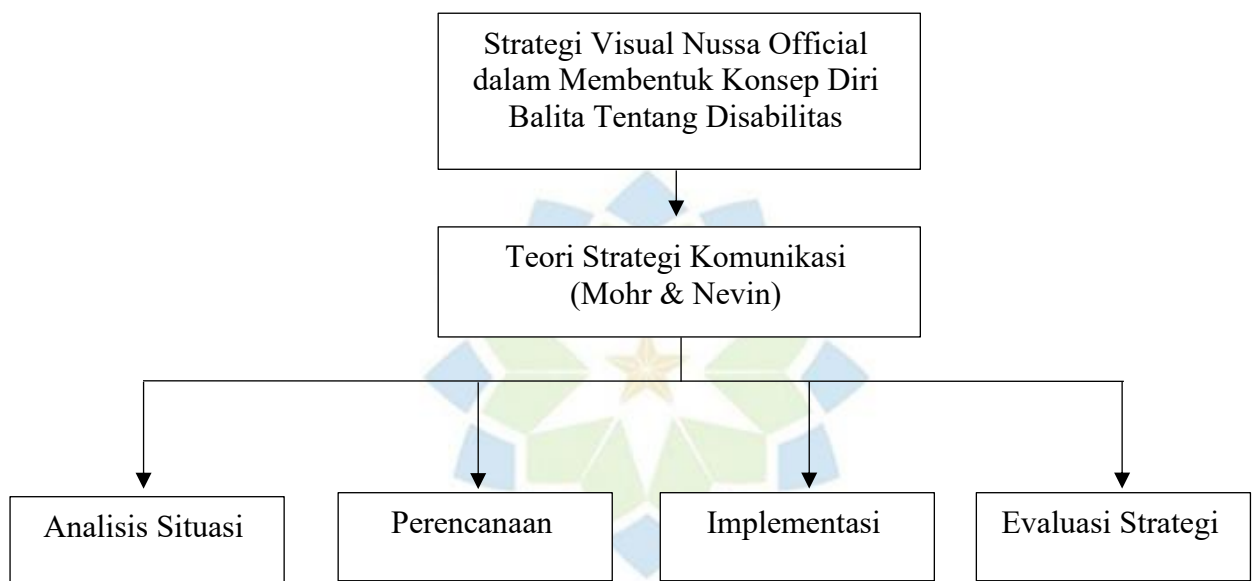
Aspek penting dalam tahap ini adalah konsistensi pelaksanaan, kesiapan sumber daya, serta fleksibilitas dalam menanggapi perubahan situasi di lapangan. Pada tahap ini, koordinasi antar tim sangat penting agar pesan visual yang disampaikan tetap utuh dan tidak menyimpang dari tujuan awal (Siregar, Kurniawan, 2022).

d. Evaluasi

Evaluasi dapat dilakukan melalui feedback langsung dari audiens (komentar, survei, analitik media sosial), observasi perilaku

pasca-penerimaan pesan, maupun perbandingan dengan standar atau tujuan yang telah ditetapkan (Rulianto, 2020).

Oleh karena itu kerangka konseptual dapat digambarkan dengan skema berikut :



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber : Observasi Peneliti

1.6 Langkah – Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dibahas adalah rumah produksi animasi Nussa Official yang bernaung di bawah Visinema Studios (Visinema Animation), berlokasi di Jalan Keramat No. 3 A-C, Cilandak Timur, Jakarta Selatan, 12560, Indonesia.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif. Paradigma ini memungkinkan interaksi langsung dengan subjek di lapangan dalam hubungan yang saling mengikat (*value bound*). Paradigma interpretatif memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik, tidak terpisah-pisah satu dengan lainnya, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan antar gejala bersifat timbal balik (*reciprocal*), bukan kausalitas (Mudjia, 2018 : 4).

Paradigma interpretatif akan melahirkan penelitian kualitatif yang kompleks dengan jenisnya yang beragam, dibandingkan dengan paradigma positivistik yang kurang komprehensif dalam menjelaskan realitas (Creswell, 2008 : 49-50). Proses penelitian berlangsung secara siklus (tidak linier), yang mana berfokus pada strategi youtube Nussa Official dalam membentuk konsep diri anak-anak khususnya tentang disabilitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi kontribusi bagi metodologi penelitian dalam mengamati dan menganalisis strategi media visual animasi dakwah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian

kualitatif mempunyai tujuan untuk menjelaskan, menceritakan, dan mendeskripsikan secara rinci terkait masalah yang akan diteliti dengan cara memahami beberapa aspek yakni individu, kelompok, atau suatu fenomena dengan sebaik-baiknya (Sugiyono, 2016).

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif tekstual. Jenis data ini menghasilkan informasi deskriptif yang dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, penayangan video dan kalimat pada kolom komentar Youtube Nussa Official.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer penelitian ini diperoleh melalui catatan hasil wawancara, hasil observasi lapangan, dan data tentang informan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Produser, Director, dan *Head of Animation* film pendek Nussa Bisa sebagai sumber data primer. Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara.

c. Sumber Dara Sekunder

Sumber data sekunder dari penelitian ini berupa video, gambar, caatatan dan lain sebagainya untuk melengkapi kebutuhan data primer. Data ini diperoleh melalui buku,

jurnal, skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian maupun artikel yang menunjang penelitian.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa informan yang terbagi menjadi tiga kriteria, yakni :

a. Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Produser di Nussa Official, yakni Ibu Novia Puspasari. Informan kunci ini merupakan individu yang memiliki pengetahuan umum dan konseptual tentang subjek.

b. Informan Utama

Informan utama dalam penelitian ini adalah *Director* di Nussa Official, yakni Bapak Chrisnawan Martantio. Informan ini merupakan orang penting dalam memberikan informasi terperinci.

c. Informan Pendukung

Sementara informan pendukung dalam penelitian ini adalah *Animator Team*, yakni Bapak Bintang Rizky Utama yang terlibat dalam hal teknis produksi film pendek Nussa Bisa. Informan ini akan memberikan informasi tambahan yang relevan dan bermanfaat.

Unit analisis yang diperlukan sebagai alat penunjang selama melakukan penelitian ini adalah proses pengamatan tayanagan film pendek animasi yang digarap YouTube Nussa Official. Menurut

Morissan (2017:166), unit analisis adalah seluruh hal yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan secara ringkas mengenai keseluruhan unit yang dianalisis, dapat berupa individu, benda, peristiwa seperti aktivitas individu atau sekelompok orang sebagai subjek penelitian.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati setiap tayangan film pendek Nussa Official, dengan fokus data yang dikumpulkan mengenai :

- 1) Analisis Situasi Strategi
- 2) Perencanaan Strategi
- 3) Implementasi Strategi
- 4) Evaluasi Strategi
- 5) Wawancara

b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan menyiapkan beberapa pertanyaan mencakup 5W 1H. Wawancara tersebut akan disampaikan kepada Tim Animasi, Sutradara, dan Produser pada tayangan film pendek Nussa Bisa.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Setelah terkumpulnya data-data yang dibutuhkan, untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan Triangulasi. Triangulasi merupakan suatu teknik penggunaan data yang berbeda

untuk memperoleh informasi, namun dari sumber yang sama. (Sugiyono 2012 : 327). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipan, wawancara semi terstruktur, dan penelitian kepustakaan pada sumber yang sama.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan dalam penelitian ini. Tahapan-tahapan dalam proses ini diantaranya :

- a. Mengklasifikasi data primer dan sekunder dalam penelitian.
- b. Menganalisis data dengan mentafsirkannya berdasarkan teori yang dipilih
- c. Menarik kesimpulan terhadap hasil dari penelitian

