

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi mempengaruhi hadirnya hal-hal baru dalam upaya memenuhi berbagai macam kebutuhan aktifitas manusia. Salah satunya adalah kemunculan media-media baru yang menawarkan hiburan dan juga penyedia informasi dengan memanfaatkan internet. Dengan kehadiran internet hiburan dan informasi bisa nikmati secara global, tidak seperti sebelumnya yang hanya bisa di nikmati melalui televisi. Pada awalnya televisi merupakan sarana utama sebagai wadah untuk memberikan berbagai macam hiburan dan informasi. Akan tetapi untuk menikmati tayangan yang di inginkan kita harus menunggu jadwal yang sudah di tentukan oleh stasiun televisi tersebut. Sehingga kita tidak bisa mendapatkan hiburan dan informasi yang dibutuhkan sewaktu-waktu. Karena hal tersebut, di era digitalisasi ini televisi semakin di tinggalkan oleh peminatnya yang lebih memilih hiburan dan informasi yang dapat di akses kapanpun dan dimanapun.

Pemerintah saat ini selalu menyuarakan mencintai produk dalam negeri. Namun, masih banyak masyarakat Indonesia, terutama remaja yang memilih menggunakan produk dari luar negeri. Saat ini ketertarikan para remaja yaitu pada konten-konten yang menarik seperti: kuliner, pakaian, kerajinan. Para remaja mulai mengkonsumsi tayangan seperti di YouTube dan merupakan peluang baru untuk bidang Industri Kreatif (2016.*kemenperin.go.id*). Namun, Industri kreatif ini masih jarang di lirik oleh masyarakat Indonesia. Sedangkan industri kreatif ini salah satu jalan menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia MEA yang masih jarang dan berpotensi. Tidak hanya itu kita bisa memberikan ciri khas dari keberagaman produk lokal daerah.

Fenomena ini kemudian mempengaruhi produk lokal yang kalah bersaing dengan produk luar negeri saat ini. Seperti contohnya di bidang kuliner ada Takoyaki dari Jepang, Kebab dari Arab, dan Ramen dari Jepang. Jika kita terus membiarkan produk luar negeri memegang peranan pasar Indonesia maka akan

menurunnya pendapatan UKM lokal dan sekaligus mempengaruhi pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB adalah nilai pasar semua barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada periode tertentu. PDB merupakan salah satu metode untuk menghitung pendapatan nasional, BEKRAF - Badan Ekonomi Kreatif.

Produk lokal kalah saing dengan produk luar negeri salah satunya karena tidak menarik dari segi kemasannya. Selain itu cara mendapatkannya pun masih terbilang konvensional. Sehingga sedikit konsumen melirik produk lokal. Dengan kemasan yang menarik, maka produk lokal bisa disandingkan dengan produk luar negeri. Tidak terlepas dari itu para produsen pun sangat mempengaruhi dari produk lokal. Sehingga perlunya inspirasi tentang produk lokal yang sangat berpotensi.

Dalam memberikan informasi yang menarik kepada para remaja di kota Bandung perlunya karya media berupa audio visual. Hal ini karena audio visual sangat digemari oleh generasi masa kini. Audio visual merupakan penggabungan komponen audio atau suara dengan visual untuk menghasilkan karya yang efektif. Media ini melibatkan beberapa indera seperti penglihatan dan pendengaran.

Audio visual ini wadah yang menarik untuk menginformasikan data secara efektif kepada masyarakat. Audio visual di Indonesia mulai berkembang sejak awal stasiun televisi swasta. Kemudian hal diiringi dengan pertumbuhan teknologi secara mudah yang dapat merekam suara dan gambar secara bersamaan. Maka dari itu perlunya di kembangkan untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia. Bentuk dari audio visual ini adalah film dan program televisi. Namun televisi mulai menurun para peminatnya untuk kalangan anak muda mulai dari tahun 2010 sampai hingga ini dan itu akan terus merosot dari tahun ke tahunnya. Fenomenanya yaitu banyak generasi muda mulai beralih ke media internet dimana didalamnya ada sebuah situs web yang menyediakan berbagi video disebut YouTube. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video. Dalam situs ini bisa membagikan videonya berbentuk klip video, klip TV, video musik, blog video, video orisinal pendek dan video pendidikan. Ini salah satu kemajuan audio visual.

Perlunya program dan bahan pembelajaran di media tentang audio visual dengan fenomena produk lokal di Bandung. Peralihan media ini karena tontonan di televisi banyak yang kurang mendidik, membuat generasi muda meniru mentah-mentah apa yang ditampilkan oleh program acara tersebut. Tetapi masih ada juga bentuk program televisi yang menarik, memberikan informasi dan edukasi yaitu *Feature*.

Program *Feature* ini merupakan program acara yang bersifat *soft news* dengan menghadirkan berita-berita yang unik serta mengedukasi masyarakat. *Feature* umumnya berisi informasi yang sesuai dengan fakta. Dikarenakan sesuai dengan fakta sebenarnya maka program *Feature* ini menyuguhkan kegiatan manusia sehari-hari pada umumnya yang membutuhkan interaksi, reaksi, pengetahuan, pemecahan masalah atau sekedar informasi makanan lezat. Pembuatan *Feature* tidak berbeda jauh dengan membuat berita televisi. Perbedaannya dari berita televisi dengan *feature* ini yaitu informasi yang di gunakan tidaklah informasi yang harus cepat disajikan tetapi informasi yang fleksible sesuai dengan kebutuhan. (Fachrudin, 2012:223-224).

Generasi muda saat ini lebih menyukai program *feature* ini tidak lagi berdurasi panjang. Munculnya *platform* besar seperti CNN beralih ke *short feature* dengan nama *Great Big Story*, Kompas dengan chanelnya Pijaru, VICE dengan channel pendeknya dan lainnya. Umumnya *feature* televisi berdurasi kurang lebih 30 menit, sedangkan platform diatas menyajikan kurang dari 6 menit dengan rata- rata penonton berkisar puluhan ribu. Para *platform* ini memilih memendekkan durasinya yaitu meringkas informasi lebih padat dan bisa di tonton dengan waktu yang relatif pendek. Program ini umumnya disebut *short feature*.

Program *short feature* memerlukan peralatan dan pelaksanaan yang sama seperti program acara lainnya. Dalam program acara *short feature* ini menyuguhkan jalan cerita dan visual yang baik. Hal tersebut yang menjadikan dasar perlunya dilakukan pengaturan penyutradaraan dalam program acara *short feature* dengan konten produk lokal di Bandung dengan mengedepankan unsur cerita.

Cara sutradara dalam penyutradaraan *short feature* yang hendak dikemas menyangkut pendekatan, gaya, bentuk dan struktur yang menarik. Pendekatan berarti dalam membuat *short feature* ini yang harus menyesuaikan kepentingan dari audien dan pengemasannya hingga sasaran yang sesuai. Melalui karakteristiknya, *short feature* memiliki karakter tersendiri seperti: kreativitas, informatif, menghibur, awet, dan subjektifitas. Sehingga audien yang menyaksikan program tersebut dapat berperilaku serius dan rileks.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Perancang menentukan identifikasi masalah dari latar belakang yang telah dijelaskan sebagai berikut:

1. Perlunya media hiburan baru yang dapat di akses kapanpun dan dimanapun.
2. Produk lokal yang kalah bersaing dengan produk luar negeri.
3. Masih sedikitnya konsumen tertarik dengan produk lokal.
4. Perlunya inspirasi tentang produk lokal yang sangat berpotensi.
5. Perlunya informasi yang menarik berupa karya audio visual untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia.
6. *Short Feature* seharusnya menginspirasi remaja untuk memproduksi dan menggunakan produk lokal di Bandung
7. Pentingnya mengemas penyutradaraan *short feature* dengan pendekatan, gaya, bentuk dan struktur yang menarik tentang produk lokal di Bandung.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas maka perancang bisa merumuskan beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana perancangan program *short feature* dengan konten produk lokal makanan Wajit Cililin?

2. Bagaimana penyutradaraan *short feature* tentang produk lokal dengan pendekatan, gaya, bentuk dan struktur cerita yang menarik di Bandung Barat?

#### **1.4 Ruang Lingkup**

Dari identifikasi masalah yang telah ada serta agar pembahasan lebih terarah, maka perancang memberikan ruang lingkup masalah pada perancangan ini. Adapun ruang lingkup tersebut adalah:

1. *What*  
Perancangan *short feature* tentang produk lokal di Bandung.
2. *Who*  
(Siapa): Target audience dari perancangan ini adalah generasi muda dan dewasa dengan rentang umur 20-25 tahun di Bandung berlatar belakang mahasiswa.
3. *When*  
(Kapan): Perancangan program *short feature* ini di mulai dari Agustus 2017 hingga Desember 2017
4. *Where*  
(Dimana): *Short Feture* ini akan di tayangkan di YouTube.
5. *Why*  
(Mengapa): Dipilihnya permasalahan tentang produk lokal ini karena, sudah maraknya produk dari luar negeri yang memegang peran di pasar lokal sehingga produk lokal mulai menurun para konsumennya.
6. *How*  
(Bagaimana): Dalam perancangan ini perancang bertugas sebagai sutradara.

#### **1.5 Tujuan Perancangan**

Setelah menunjai dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Untuk perancangan program *short feature* dengan konten produk lokal makanan Wajit Cililin.

2. Untuk memahami penyutradaraan *short feature* tentang produk lokal dengan pendekatan, gaya, bentuk dan struktur cerita yang menarik di Bandung.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

### **1.6.1 Bagi Perancang**

Sebagai perancang saya bisa mendapatkan manfaat dalam penelitian ini:

1. Menambah pengetahuan tentang produk lokal khususnya di Bandung.
2. Meningkatkan kepedulian terhadap produk lokal di Bandung.
3. Menambah pengalaman perancang dalam penyutradaraan *short feature*.

### **1.6.2 Bagi Akademis**

Perancangan ini bermanfaat untuk akademis yaitu:

1. Bahan referensi mengenai produk lokal di Bandung.
2. Menjadi informasi fakta kepada khalayak akademisi.

## **1.7 Metode Perancangan**

Sebelum melakukan perancangan *short feature* “Produk lokal makanan Wajit Cililin di Bandung Barat”, perancang terlebih dahulu melakukan penelitian untuk mengetahui produk lokal ini dapat dijadikan sebagai konten untuk *short feature*. Penelitian yang diterapkan adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus yang menggunakan pendekatan budaya populer, artinya yaitu pendekatan yang digunakan adalah budaya yang berkembang saat ini. Penelitian kualitatif adalah penyajian hasil penelitian melalui angka menurut Nyoman Kutha Ratna (2010:94). Sementara itu pendekatan studi kasus menurut Stake (2009:300-311) adalah pilihan terhadap objek penelitian, bukan konsekuensi metodologis. Kasus-kasus yang dipilih mungkin bersifat sederhana, mungkin juga rumit dan kompleks. Adapun rangkaian dalam metode perancangan ini adalah sebagai berikut:

### **1.7.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah sebuah cara pengumpulan data dengan prioritas objek. Adapun pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dalam penelitian merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang utama karena keterlibatan langsung menjadi aliran utama. Menurut Adler dan Adler semua penelitian dunia sosial pada dasarnya menggunakan teknik observasi (Kutha Ratna 2010:523).

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (face to face) atau wawancara dengan narasumber atau kepada pihak terkait dengan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum dan bersifat terbuka maupun tertutup yang dirancang untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan terhadap objek yang diteliti. Adapun wawancara akan dilakukan pada:

- Pelaku UKM lokal
- Konsumen penikmat produk luar negeri
- Pemerintah

c. Studi Literatur

Selain pengumpulan data diatas, perancang melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan Studi literatur. Literatur diambil melalui beberapa 3 karya sejenis yang dijadikan bahan studi untuk menemukan gaya visual yang diperoleh melalui literatur berupa karya yang berkaitan dengan topik penelitian. Lalu perancang menganalisis data yang di peroleh.

### **1.7.2 Analisis Data**

Setelah data terkumpul maka tahap yang selanjutnya dilakukan adalah analisis data dan analisis visual.

- a. Analisis data menurut Nyoman Kutha Ratna pada dasarnya identik dengan pendekatan yang di definisikan sebagai cara-cara, sudut pandang, sekaligus hubungan peneliti dengan objek dalam rangka memperoleh makna secara maksimal. Analisis data yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Ahmadi studi kasus adalah kajian yang rinci tentang satu latar, subjek tunggal atau tempat penyimpanan dokumen suatu peristiwa tertentu (Kutha Ratna, 2010:69). Dimana melihat dari beberapa kasus yang sama dengan fenomena yang akan di angkat.
- b. Analisis visual yaitu melihat 3 karya sejenis untuk diteleti dari pendekatan, gaya, bentuk dan struktur cerita masing-masing.

### **1.7.3 Sistematika Perancangan**

Setelah menemukan keyword dari hasil analisis maka perancang kemudian menentukan konsep yang akan diterapkan pada produksi *short feature* yang akan dirancang. Adapun untuk menerapkan konsep tersebut secara terstruktur maka dibuatlah sistematika perancangan untuk film tersebut. Sistematika perancangan tersebut antara lain:

- a. Pra Produksi  
Persiapan sebelum produksi, di mulai dari ide, pengembangan *treatment*, pembuatan scenario yang berdasarkan hasil penelitian tentang lokal ini.
- b. Produksi  
Setelah pra produksi selesai, langkah selanjutnya adalah tahapan produksi yaitu pengambilan gambar di lokasi. Peran sutradara dalam tahap ini adalah mengarahkan dan pengawasan dalam produksi terlebih pada bagian pesan yang disampaikan dan juga membuat laporan harian produksi dan evaluasi kerja.

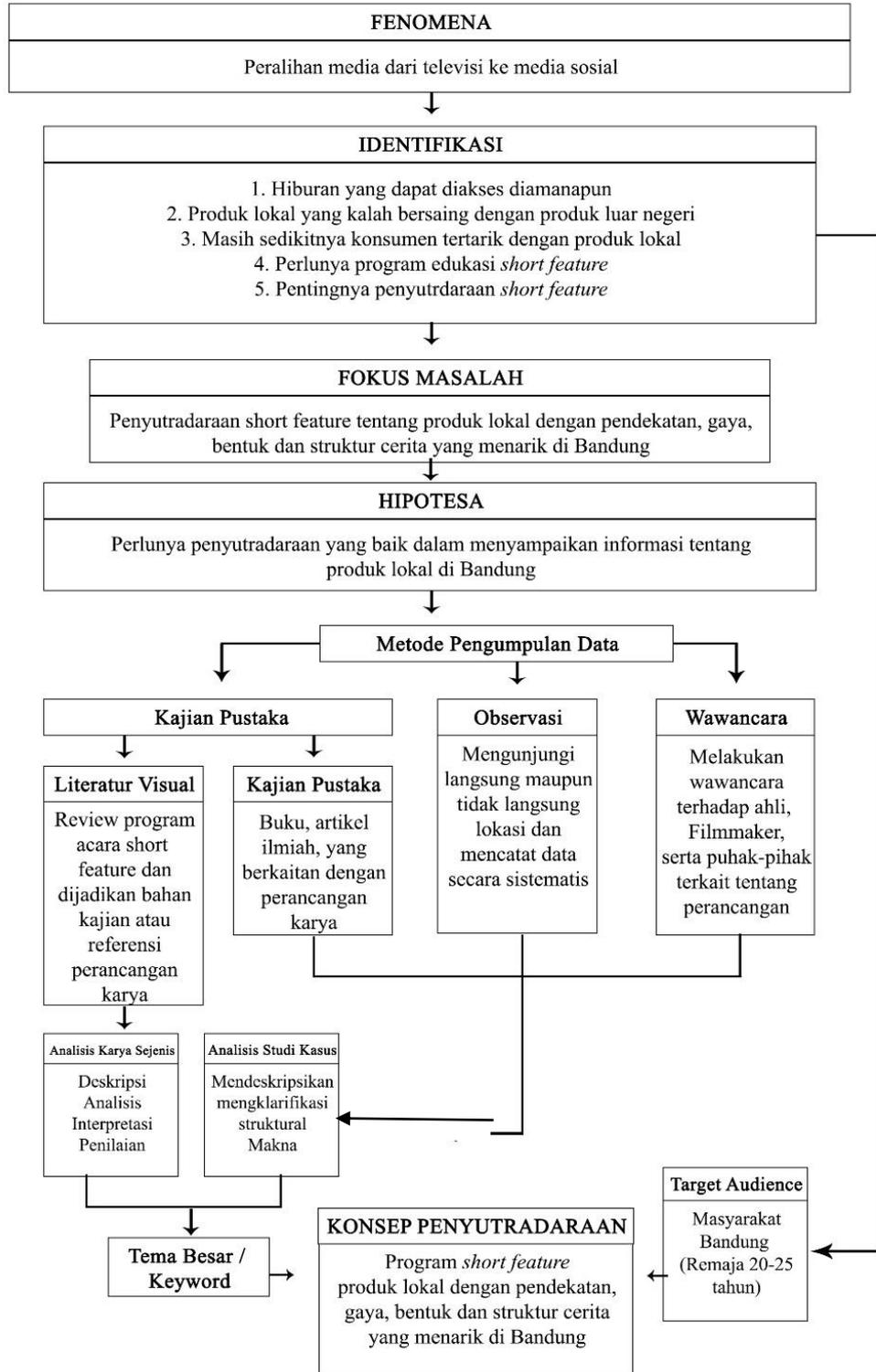
c. Pasca Produksi

Tahapan ini adalah tahapan akhir, setelah pengambilan gambar atau shooting sudah selesai dilakukan maka masuk kedalam tahap combine hingga final edit.

## 1.8 Kerangka Perancangan

### PENYUTRADARAAN *SHORT FEATURE* PROGRAM KANTA EPISODE

#### “A SWEET TRADITIONAL THE WAJIT” DI BANDUNG BARAT



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan  
Sumber: Sumber Pribadi, 2017

## **1.9 Pembabakan**

Perancangan karya Tugas Akhir ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan latar belakang dari fenomena yang diangkat, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, serta kerangka perancangan.

### **BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Merupakan teori-teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran untuk konsep perancangan dari latar belakang fenomena dan masalah yang dibahas.

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Penjelasan mengenai data-data yang telah diperoleh sebagai acuan dalam perancangan serta uraian mengenai hasil wawancara, observasi, serta analisis yang berkaitan terhadap masalah yang dibahas sebagai dasar perancangan.

### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

### **BAB V KESIMPULAN**

Menjelaskan tentang kesimpulan dari data keseluruhan serta saran-saran.