

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengertian era globalisasi terdiri dari dua suku kata yang membangunnya yakni “era” dan “globalisasi”. Era berarti zaman atau sebuah kurun waktu, sementara globalisasi berarti proses mengglobal atau mendunia. Perkembangan budaya, teknologi dan informasi di era globalisasi berpengaruh sangat besar. Karena di dalamnya manusia bergerak dan berkembang melalui proses yang terjadi di seluruh dunia. Demikian sebuah teknologi dan transportasi yang telah berhasil mengatasi jarak yang dahulu memisahkan manusia satu dari yang lain, suku bangsa yang satu dan yang lain, budaya yang satu dan yang lain, bahkan agama yang satu ke agama yang lain. Berkembangnya sebuah teknologi, informasi dan transportasi dunia seakan terasa dekat. Penyebaran di era ini juga membuat antar negara tersambung satu dan yang lainnya, seolah-olah tidak ada penghambat batas antar negara. Namun banyak masyarakat yang tidak mengetahui bagaimana memanfaatkan teknologi dan informasi dengan baik, hal ini bisa dilihat dari banyaknya berita-berita *hoax* (palsu) yang tersebar di masyarakat. Pada umumnya orang-orang latah untuk menyebarkan berita *hoax* (palsu) tanpa menyelidiki terlebih dahulu kebenarannya. Akibatnya berita *hoax* (palsu) akan mudah tersebar dikalangan luas.

Adanya fenomena ini sangat mempengaruhi budaya dan gaya hidup seseorang, seketika setiap orang menjadi wajib untuk mengikuti perkembangan yang terjadi diakibatkan oleh era globalisasi. Hasil dari perkembangan itu membuat orang mempunyai hobi yang beragam. Hobi adalah bentuk dari kesenangan seseorang untuk mengumpulkan sesuatu (koleksi), membuat, memperbaiki dan bermain. Berkembangnya zaman dan pesatnya teknologi informasi. Hobi di era global saat ini banyak ragamnya dari orang yang hanya sekedar suka di satu bidang yang dia tekuni hingga orang yang bisa konsisten terhadap hobinya. Dampak dari hobi kreatif pada saat ini adalah munculnya berbagai macam sektor industri yang bergerak menjadi sebuah industri kreatif. Di kemajuan teknologi dan informasi membawa paradigma baru dalam proses

produksi. Penemuan Internet membuat dunia menjadi terintegrasi. Alih teknologi dan kolaborasi antarnegara bukan menjadi hal yang sulit. Perubahan-perubahan dalam proses berproduksi semakin lama semakin cepat, negara yang sulit beradaptasi akan sulit berkembang. Negara yang unggul dalam pemanfaatan dan perkembangan teknologi informasi cenderung berkembang menjadi negara yang mempunyai daya saing dan mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi. Dalam perkembangan selanjutnya, kemampuan manusia dalam berkreasi dan menciptakan suatu dari yang tidak ada menjadi ada, baik inovasi ide maupun pengetahuan menjadi faktor penting dalam proses produksi. Kreativitas, inovasi, dan penemuan menjadi penting dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi kreatif akan menjadi penting di masa depan karena bersumber pada kreativitas yang merupakan sumber daya terbarukan. (Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, 2014: 4-5).

Dari hasil data statistik ekonomi kreatif Indonesia pada 2016 menyebutkan bahwa sejak tahun 2010 hingga 2015, besaran PDB ekonomi kreatif mengalami kenaikan rata-rata 10,14% setiap tahunnya. Dari Rp 525.96 triliun menjadi Rp. 852.24 triliun. Nilai ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional berkisar 7,38% sampai 7,66%, yang dinominasi oleh industri kreatif. (www.kumparan.com, 2016).

Oleh karena itu industri kreatif di pandang sangat penting demi mendukung kesejahteraan dalam perekonomian Indonesia. Buktinya di beberapa tahun terakhir peningkatan grafik dari pendapatan terbesar perekonomian di Indonesia yaitu melalui industri kreatif. Industri kreatif pada saat ini sangat erat kaitannya dengan “media sosial”. Dimana media sosial adalah media yang memberikan dampak yang sangat kuat di dalam dunia industri kreatif. Dengan perkembangan industri kreatif banyak bermunculan para pekerja kreatif yang menjadi istilah baru di dalam dunia industri.

Namun kurangnya apresiasi masyarakat Indonesia terhadap para pekerja kreatif yang masih dianggap sebelah mata, ini diperkuat oleh beberapa opini masyarakat di media sosial. Pada umumnya opini masyarakat menganggap bahwa pekerja kreatif tidak menjanjikan. Hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi

yang diberikan kepada khalayak umum mengenai pekerja kreatif, salah satunya adalah kurangnya konten yang mengangkat *profile* mengenai pekerja kreatif di media sosial.

Media sosial merupakan media untuk membuat sebuah koneksi dengan orang lain di seluruh dunia. Dengan adanya media sosial membuat hubungan interaksi tanpa adanya batas ruang dan waktu. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk bisa membuat sebuah promosi terhadap *skill* yang dimiliki. Salah satu media sosial yang sekarang sedang banyak digemari adalah “YouTube”. YouTube sendiri adalah sebuah *platform* berbagi video yang dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun dengan adanya koneksi internet. Melalui YouTube orang bebas untuk berkarya, bereksperimen dan menyampaikan opini. Namun pada umumnya masyarakat di Indonesia terutama anak remaja hanya sebagai penonton saja dan tidak berani untuk berkarya. Oleh karena itu perlu adanya konten yang bisa memberikan motivasi untuk para remaja agar mereka mau ikut untuk berkarya. Sehingga mereka dapat menghabiskan masa remaja dengan hal yang positif.

Penyampaian informasi yang menarik dan edukatif bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya melalui YouTube. Memberi konten yang mendidik melalui *features* kepribadian (*profile*). *Features* kepribadian (*profile*) adalah sebuah video yang mengungkap riwayat pengalaman hidup seseorang tokoh yang menarik, misalnya, tentang seseorang yang secara dramatik, melalui berbagai liku-liku, kemudian mencapai karir yang istimewa dan sukses atau menjadi terkenal karena kepribadian mereka yang penuh warna. Agar efektif, profil seperti ini harus lebih dari sekedar daftar pencapaian dan tanggal-tanggal penting dari kehidupan si individu. Profil harus bisa mengungkap karakter manusia tersebut. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, penggambaran *features profile* seperti ini sering kali harus mengamati subjek mereka ketika bekerja; mengunjungi rumah mereka dan mewawancarai teman-teman, kerabat dan kawan bisnis mereka. Profil yang komplet sebaiknya disertai kutipan-kutipan si subjek yang bisa menggambarkan dengan pas karakternya. Profil yang baik juga semestinya bisa memberikan kesan kepada pemirsanya bahwa mereka telah bertemu dan berbicara dengan sang tokoh.

Features profile di kemas menjadi durasi yang pendek sehingga muncullah istilah *short features*, dikarenakan umumnya para masyarakat Indonesia terutama anak remaja merasa cepat bosan dengan tontonan yang berdurasi panjang. Penggunaan *short features* ini sudah dilakukan oleh beberapa TV besar. Beberapa yaitu CNN dengan program Great Big Story atau Kompas TV dengan channel Pijarunya. Cara ini mendapat respon baik dilihat dari jumlah penonton yang ada di channel mereka masing-masing.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik merancang sebuah short features mengenai *profile* seorang pekerja kreatif sebagai konten yang menarik dan informatif. Dalam proses pembuatan *short features* sutradara berperan sangat penting, tugasnya bertanggung jawab atas aspek kreatif dan isi informatif yang disampaikan sehingga dapat dilihat dan dinikmati oleh masyarakat Indonesia umumnya para remaja, para remaja bisa termotivasi oleh cerita perjalanan sukses seorang pekerja kreatif. Untuk karena itu penulis sendiri berperan sebagai sutradara yang akan mengatur bagian naratif dan visual untuk dapat menampilkan visualisasi dramatik dari cerita perjalanan si pekerja kreatif.

1.2 Permasalahan

Berikut permasalahan yang penulis uraikan dalam dua bagian, yaitu:

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya informasi mengenai teknologi di era globalisasi pada masyarakat.
2. Kurangnya apresiasi masyarakat terhadap pekerja kreatif.
3. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pemanfaatan sosial media dengan baik.
4. Kurangnya antusias masyarakat terutama para remaja terhadap features yang berdurasi panjang.
5. Umumnya remaja Indonesia yang menggemari YouTube namun tidak berani untuk berkarya.
6. Umumnya para masyarakat Indonesia terutama anak remaja merasa cepat bosan dengan tontonan yang berdurasi panjang.

7. *Short features* menjadi salah satu konten yang menarik dan informatif namun masih banyak remaja belum mengetahui manfaat dari konten ini.
8. Pentingnya penyutradaraan dalam *short features* umumnya orang kurang melakukan penyutradaraan dengan baik dalam *short features*.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat masyarakat luas mengetahui informasi mengenai dunia konten kreator dalam industri kreatif di Indonesia.
2. Bagaimana penerapan konsep yang akan disampaikan melalui penyutradaraan dalam memberikan informasi mengenai dunia konten kreator dalam industri kreatif di Indonesia.

1.3 Ruang lingkup

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan sedemikian rupa, maka ruang lingkup penelitian ditentukan sebagai berikut:

1. Apa (*What*)

Era globalisasi membuat berkembangnya sektor teknologi dan informasi, sehingga muncul sosial media sebagai salah satu dampak yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia.

2. Kenapa (*Why*)

Kurangnya apresiasi masyarakat Indonesia terhadap pekerja kreatif yang memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk berkarya.

3. Dimana (*Where*)

Bandung-jakarta

4. Kapan (*When*)

September 2017 – April 2018

(Mengikuti *Timeline*)

5. Siapa (*Who*)

Target penonton yang dituju:

- Remaja awal s/d Remaja akhir (14-21 Tahun)
- Latar belakang: Semua kalangan

6. Bagaimana (*How*)

Dengan pembuatan konten YouTube mengenai pekerja kreatif yang dapat disajikan dengan menarik dan informatif.

1.4. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berikut adalah tujuan dan manfaat dari perancangan karya ini:

1.4.1. Tujuan:

1. Bertujuan memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai dunia konten kreator dalam industri kreatif di Indonesia kepada masyarakat luas.
2. Untuk menerapkan konsep penyutradaraan dalam memberikan informasi mengenai konten kreator dalam industri kreatif di Indonesia.

1.4.2. Manfaat:

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat Untuk Penulis

- Menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang perancangan *short features profile* sebagai sajian konten yang menarik dan informatif.
- Dapat menerapkan keilmuan yang penulis dapat selama masa perkuliahan.

b) Manfaat Untuk Kampus

- Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

c) Manfaat Untuk Masyarakat

- Perancangan ini sebagai sajian konten yang menarik dan informatif.
- Perancangan diharapkan mampu memberikan informasi mengenai pekerja kreatif.
- Perancangan ini diharapkan mampu membuat masyarakat agar bisa mengapresiasi pekerja kreatif.

1.5. Metode Perancangan

Sebelum melakukan perancangan *short features profile* mengenai pekerja kreatif, penulis terlebih dahulu melakukan penelitian untuk mengetahui target

audiens dan seberapa banyak minat masyarakat Indonesia terutama remaja terhadap fenomena YouTube pada saat ini. Penulis menggunakan penelitian kualitatif yaitu pengumpulan data secara terstruktur dengan tujuan perancangan dalam bentuk kata atau pernyataan tentang isi, sifat, hubungan suatu gejala dengan gejala lainnya (Alwasilah, 2015:67). Dalam metode studi kasus dilakukan dengan cara meneliti secara mendalam dan intensif menganalisis gejala yang bermacam-macam yang merupakan putaran unit yang diteliti. (Alwasilah, 2015:75.). Sudut pandang yang digunakan adalah budaya populer masyarakat Indonesia terutama para remaja. Penulis akan melihat bagaimana fenomena yang terjadi pada saat ini, kemudian dibagi menjadi 2 tahap, yaitu pengumpulan data dan analisis data. Berikut adalah penjabaran pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan oleh penulis:

1.5.1 Pengumpulan data

Dalam membuat sebuah perancangan yang tepat, dibutuhkan sumber data yang valid mengenai fenomena yang terkait. Untuk itu berikut adalah metode yang digunakan untuk pengumpulan data:

a. Studi Literatur

Penulis akan mengumpulkan dan mempelajari data-data dari berbagai informasi yang terkait seperti buku, jurnal, media sosial, skripsi, serta bacaan lain yang mendukung penelitian.

b. Studi Visual

Penulis akan melakukan studi visual dengan mengumpulkan beberapa karya sejenis yang sudah ada sebelumnya di YouTube. Karya sejenis yang kemudian dijadikan referensi dari perancangan karya yang akan di buat nantinya adalah “Gue Decide Joko Anwar by: Kapan Lagi, Indonesia Unlikely Shutterbug, Kisah Inspiratif Anak Muda By: Net Tv.

c. Wawancara

Penulis akan mencari sumber informasi pada beberapa event yang diselenggarakan oleh pihak YouTube, diantaranya: YouTube Pop Up

Jakarta, YouTube Fanfest Bandung, YouTube Fanfest jaarta. Kemudian melakukan wawancara kepada pihak YouTube dan beberapa konten creator untuk mendapatkan informasi mengenai media sosial di *platform* YouTube atau *platform* lainnya.

d. Observasi

Penulis akan mendatangi beberapa event (YouTube Pop Up Jakarta, YouTube Fanfest Bandung, YouTube Fanfest jaarta.) yang diselenggarakan oleh pihak YouTube dan melihat antusias ketertarikan masyarakat Indonesia terutama para remaja mengenai YouTube sebagai media sosial yang di gemari pada saat ini. Dan menganalisis persentase sejauh mana target audiens terhadap fenomena YouTube yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia terutama para remaja pada saat ini.

1.5.2 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui beberapa metode diatas. Berikut adalah langkah-langkah yang digunakan dalam menganalisis data:

a. Analisis Objek

Tahap ini dilakukan berdasarkan hasil pengumpulan data objek yang dilakukan penulis saat berada pada event-event yang diselenggarakan oleh pihak YouTube, kemudian dengan melakukan observasi, studi literatur, studi visual dan wawancara. Penulis melakukan analisis objek yang ada pada event-event yang diselenggarakan oleh pihak YouTube dengan melihat antusias masyarakat terutama remaja yang meramaikan event-event tersebut.

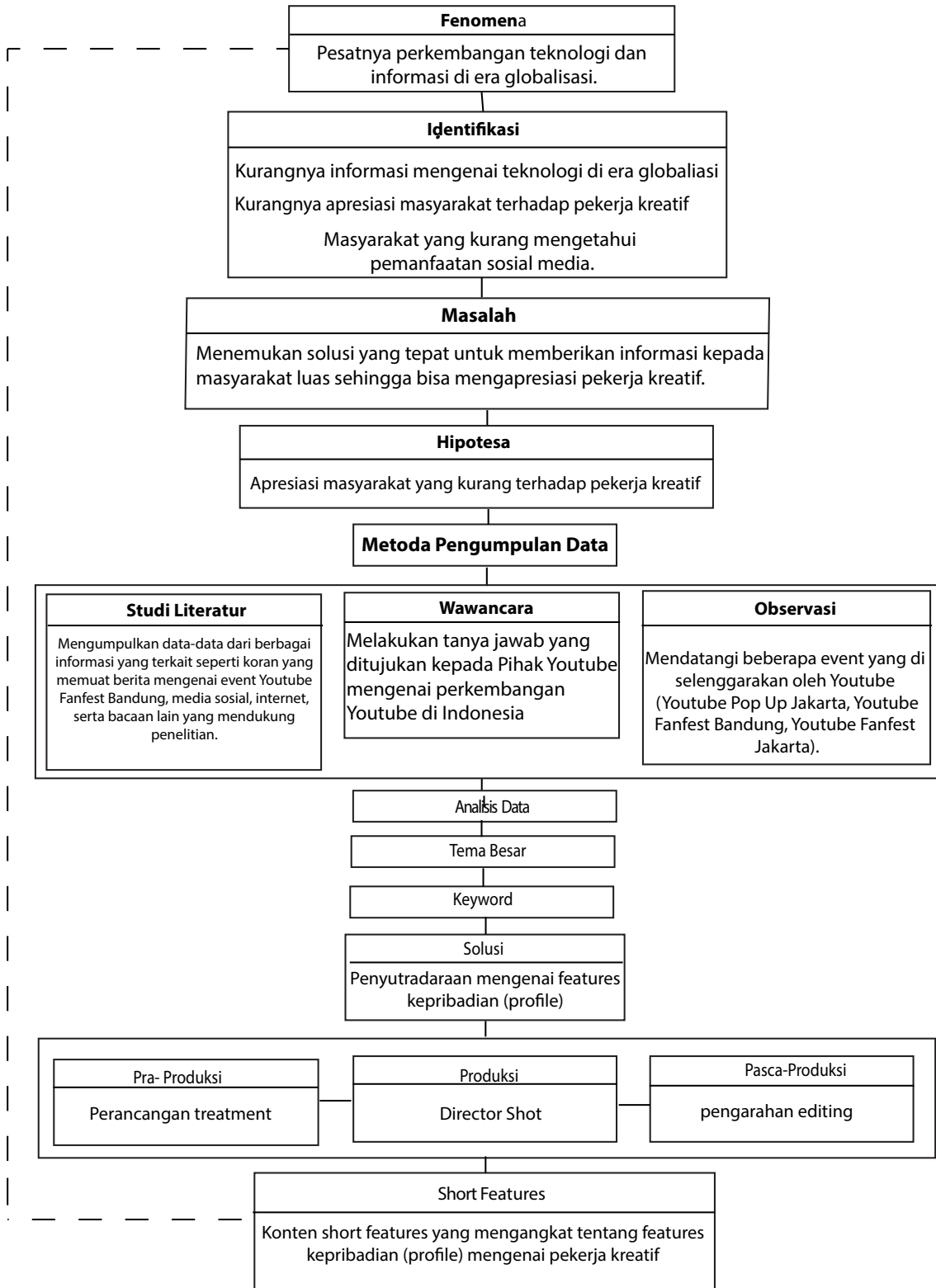
b. Analisis Visual

Analisis visual adalah sebuah tahapan yang menguraikan gambar berupa beberapa potongan *screenshot* dari karya sejenis yang dipelajari untuk dianalisis. Pada tahap analisis visual, penulis melakukan analisis setelah melakukan dan mempelajari pada tiga karya sejenis yaitu, “Gue

Decide Joko Anwar by: Kapan Lagi, Indonesia Unlikely Shutterbug,
Kisah Inspiratif Anak Muda By: Net Tv (Spradley, 2007:192).

1.6 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Bagan Kerangka Perancangan



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2017)

1.7. Pembabakan

Pembabakan berikut ini berisi gambaran singkat mengenai pembahasan di setiap bab penulisan laporan:

BAB I Pendahuluan

Menjelaskan gambaran secara umum mengenai latar belakang permasalahan dalam fenomena yang dikaji oleh penulis, serta mengidentifikasi masalah yang terjadi dan merumuskan masalah tersebut kedalam beberapa poin rumusan yang dibatasi melalui ruang lingkup masalah. Serta menentukan tujuan perancangan yang dilakukan melalui metode-metode pengumpulan data dan kerangka perancangan.

BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori *features* yang mana fokus pada *features profile*, pengertian *features* dan juga prosedur kerja sutradara yang digunakan sebagai pijakan untuk proses perancangan.

BAB III Data dan Analisa Masalah

Berisi uraian dari berbagai data yang telah didapat terkait dengan data dan analisis objek mengenai YouTube di Bandung dan Jakarta berdasarkan dengan tujuan pembuatan karya berupa *short features profile* konten kreator di Indonesia.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep dari perancangan *short features profile* konten kreator di Indonesia dan hasil berdasarkan data yang telah diperoleh.

BAB V Kesimpulan

Merangkum hasil seluruh data yang sudah didapat dan memberikan saran.