

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat dan memiliki satu suku asli yang menghuni kota tersebut yaitu suku sunda. Masyarakat sunda adalah masyarakat yang menghargai, menghormati, dan terbuka dengan suku serta budaya lain yang di bawa oleh masyarakat lain yang datang berkunjung ke kota Bandung. Bandung menjadi salah satu kota tujuan bagi masyarakat indonesia untuk berkunjung, bahkan tidak jarang orang-orang yang berasal dari luar negri datang ke Bandung dengan tujuan yang beragam. Kini di kota Bandung dapat ditemukan bermacam-macam suku dan budaya. Bandung menjadi kota dimana terjadi akulturasi yang memunculkan berbagai gaya hidup baru yang banyak dianut oleh masyarakat didalamnya.

Gaya hidup adalah pola tingkah laku yang dilakukan oleh manusia atau kelompok tertentu dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup sering ditunjukkan melalui kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinions*). Menurut Piliang (1998: 208), Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan, serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Gaya hidup memiliki peran yang besar dalam diri seorang remaja karena mempengaruhi langsung dengan tindakan, perbuatan, serta cara berfikir penganutnya dan gaya hidup remaja sangat terpengaruh oleh lingkungan disekitarnya, oleh karena itu seseorang dapat merubah gaya hidupnya dengan cepat karena gaya hidup bersifat tidak permanen. Pengertian remaja senada diungkapkan oleh Santrock (2003:26) dirinya menyebut dengan istilah *adolesence* yaitu peristiwa perkembangan dan transisi ketika seorang anak menuju ke masa dewasa yang mencakup perubahan sosiasl emosional, biologis, dan kognitif, pada masa transisi remaja

menuju dewasa kebanyakan remaja lebih mudah menerima dan menganut sebuah gaya hidup tanpa memahami dan mengerti secara benar makna atau pengertian yang sebenarnya. Salah satu gaya hidup yang banyak di anut oleh pada remaja di kota Bandung adalah Hypebeast.

Secara harfiah kata Hypebeast merupakan gabungan dari dua buah kata yang diambil dari bahasa Inggris yaitu *hype* dan *beast*, *hype* yang berarti sedang populer dan *beast* yang berarti hewan buas atau menggila. Gabungan dua kata tersebut dapat dimaknai sebagai sebuah trend busana yang sedang banyak diikuti di Indonesia khususnya di kota Bandung, dengan kesan agar tetap terlihat kekinian dan *stylish*. Banyak remaja yang mengikuti trend Hypebeast belum memahami secara benar dan justru salah dalam mengartikan makna sebenarnya gaya hidup Hypebeast. Remaja banyak menyalah artikan Hypebeast sebagai gaya hidup yang senang melibatkan penghamburan uang untuk membeli pakaian berlabel Hypebeast, selain itu definisi yang salah dari Hypebeast adalah seseorang fesyenista yang memakai pakaian dengan bentuk menyeleneh dan memiliki warna mencolok. Seorang individu atau kelompok yang benar-benar mengikuti trend Hypebeast biasanya membeli segala produk terbaru dan menggunakan produk original dari berbagai jenis brand, bukan produk KW atau *Premium Supercopy*, itu merupakan salah satu sifat mendasar dari gaya hidup Hypebeast.

Gaya hidup Hypebeast memberikan kesadaran palsu kepada penganutnya, salah satunya terjadi di kalangan remaja, Hypebeast kemudian menciptakan sebuah pola pikir dan pemahaman yang justru salah diartikan oleh para remaja penganut Hypebeast. Gaya hidup Hypebeast menciptakan sebuah perilaku negatif, yaitu mendoktrin para penganutnya untuk menjadi seseorang yang konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dengan memperhatikan perilaku remaja Hypebeast yang selalu ingin membeli dan memiliki segala jenis komoditas terbaru dan tepopuler. Selain itu, remaja yang menganut gaya hidup Hypebeast rela menghabiskan waktunya berjam-jam bahkan berhari-hari untuk mengantri sampai rela menginap didepan toko *reseller* produk Hypebeast, agar mendapatkan produk Hypebeast terbaru walaupun harus membelinya dengan

harga yang sangat mahal. Dua contoh perilaku remaja tersebut adalah bukti sifat konsumtif dari gaya hidup Hypebeast.

Gaya hidup Hypebeast di kota Bandung tetap berkembang sampai saat ini, hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah toko serta *event* yang muncul di berbagai tempat yang menjual produk-produk Hypebeast. Namun, Sejalan dengan perkembangan gaya hidup Hypebeast di kota Bandung hal tersebut tidak dibarengi dengan pemahaman Hypebeast secara benar. Hal ini dikarenakan kurangnya film fiksi yang membahas gaya hidup Hypebeast.

Film fiksi adalah film yang terikat dengan plot dan cerita, biasanya bersifat karangan imajinatif atau peristiwa yang tidak benar-benar terjadi, di dalamnya terdapat beberapa unsur pembentuk utama yaitu protagonis dan antagonis, permasalahan, dan penutup. Fiksi Menurut (Altenbernd dan Lewis dalam Nurgiyantor, 2007: 2) dapat diartikan sebagai karangan bebas yang bersifat bebas, tetapi mengandung kebenaran dan masuk akal yang mendramatisasi hubungan antara manusia. Film fiksi memiliki keunikan dari 2 jenis film lainnya, yaitu sang pembuat film dapat menciptakan sebuah cerita karangan dengan menerapkan *style* khusus pada film buatannya, salah satu *style* tersebut adalah film fiksi dengan menerapkan *style* dokumenter.

Film fiksi bergaya dokumenter atau biasa disebut dengan istilah *Mockumentary* adalah sebuah genre film yang memiliki posisi diantara film fiksi dan film dokumenter, film dengan peng gayaan dokumenter yang memanfaatkan cinematic dokumenter dengan menggunakan naratif fiksi atau rekaan tersebut telah digunakan dalam beberapa judul film yang cukup populer diantaranya, *The Blair Witch* tahun 1999 dan *Tour De Pharmacy* tahun 2017. Keunikan dari film *Mockumentary* adalah penonton dibuat merasa seolah-olah sedang menyaksikan film dokumenter yang menceritakan sebuah kejadian ataupun mengangkat fenomena tertentu, namun cerita di dalamnya hasil karangan, didalam film *Mockumentary* terdapat tokoh protagonis dan antagonis, permasalahan dan penutup. Film *Mockumentary* dapat memberikan pengalaman yang tidak biasa bagi penontonya karena memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh 2 jenis film lainnya. Selain itu, penerapan *style* tersebut

dapat digunakan pada film cerita pendek. Film cerita pendek umumnya memiliki durasi kurang dari 60 menit, dan biasanya dihasilkan oleh mahasiswa/i jurusan film, perorangan, atau sengaja dibuat dan dipasok ke rumah-rumah produksi. Dari beberapa film fiksi yang menggunakan *style Mockumentary* masih terdapat sejumlah aspek yang masih belum dimaksimalkan, salah satunya adalah aspek penyutradaraan. Hal ini menyebabkan masih sedikitnya film pendek *Mockumentary*.

Dalam proses pembuatan film, tentunya dibutuhkan peran seorang sutradara untuk dapat menginterpretasikan sebuah cerita menjadi sebuah karya audio visual. Sutradara adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab meliputi proses kreatif dimulai dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. (FFTVIKJ: Film 63-65) Sutradara dituntut untuk mempunyai pengetahuan mendalam mengenai proses produksi dan juga harus piawai dalam perancangan naratif dan sinematik. Sutradara harus dapat menciptakan karya yang baik dan sesuai dengan visi misi filmnya, namun terkadang karya yang diciptakan gagal menyampaikan pesan yang diinginkan, salah satu penyebabnya adalah visi yang tidak terkomunikasikan dengan baik antara sutradara dan kru.

Oleh karena itu penulis melakukan perancangan penyutradaraan yang mengangkat tentang fenomena gaya hidup Hypebeast. Salah satu jenis media informasi yang cocok adalah film dengan jenis film pendek. Dengan cara menampilkan peran sutradara film fiksi bergaya dokumenter yang mengangkat tentang sifat konsumtif dan nilai-nilai didalam gaya hidup Hypebeast.

1.2 Identifikasi Masalah

- 1 Remaja tidak selalu memahami dan mengerti gaya hidup yang mereka anut.
- 2 Remaja Bandung salah mengartikan gaya hidup Hypebeast.
- 3 Munculnya gaya hidup Hypebeast yang mendoktrin remaja agar bersifat konsumtif
- 4 Kurangnya film fiksi yang mengangkat tentang gaya hidup Hypebeast

- 5 Aspek penyutradaraan yang belum maksimal menyebabkan sedikitnya film Mockumentary
- 6 Pentingnya Peran Sutradara dalam proses pembuatan film fiksi.
- 7 Dibutuhkannya peran sutradara dalam membuat film Mockumentary yang mengangkat tentang sifat konsumtif dari gaya hidup Hypebeast dan nilai-nilai di dalamnya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana memahami sifat konsumtif dalam gaya hidup Hypebeast remaja Bandung?
2. Bagaimana Penyutradaraan film Mockumentary mengenai sifat konsumtif dari gaya hidup hypebeast?

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan Latar belakang masalah yang perancang jelaskan diatas, maka ditentukan batasan pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Mengapa

Hypebeast adalah hasil akulturasi budaya populer yang disimplifikasi menjadi sebuah kebudayaan baru. Kemunculan gaya hidup hypebeast yang masuk ke kota-kota besar di Indonesia menunjukkan adanya keterbukaan kebudayaan di Indonesia khususnya dikota Bandung. Masuknya gaya hidup hypebeast yang nnnntersebar melalui media digital membuat gaya hidup Hypebeast banyak dianut oleh anak muda di kota Bandung berkembang dengan cepat dan mulai menunjukkan berbagai sisi konsumtif yang ekstrim. Padahal sifat tersebut dapat dihindari dan bersifat subjektif. Penulis mengangkat fenomena ini dalam topik penelitian guna untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum khususnya untuk remaja.

1.4.2 Apa

Kota Bandung adalah salah satu kota yang memiliki banyak sekali budaya, baik itu budaya yang berasal dari daerah lain maupun budaya yang berasal dari negara lain pencampuran, salah satu budaya dari negara lain adalah Hypebeast. Penulis melakukan perancangan yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai sifat konsumtif dalam gaya hidup Hypebeast melalui media film.

1.4.3 Siapa

Remaja Kota Bandung, khususnya yang berada di daerah Sukajadi.

1.4.3 Kapan

Penulis melakukan penelitian dimulai pada tahun 2018 dimulai sejak bulan september hingga bulan Agustus 2019.

1.4.5 Dimana

Penulis melakukan penelitian dengan metode observasi ke salah satu toko penjual pakaian dan aksesoris Hypebeast original yang berada di salah satu pusat perbelanjaan, yaitu Paris Van Java yang berada di kota Bandung. Paris Van Java menjadi pusat perbelanjaan yang sering dikunjungi oleh penganut budaya Hypebeast untuk berkumpul dan berbelanja pakaian-pakaian serta aksesoris gaya hidup tersebut.

1.5 Tujuan Perancangan

- a. Untuk memahami sifat konsumtif dan nilai-nilai dalam gaya hidup hypebeast pada remaja Bandung.
- b. Untuk menyutradarai film Mockumentary mengenai sifat konsumtif dari gaya hidup Hypebeast.

1.6 Manfaat Perancangan

Penulisan laporan perancangan ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Sebagai Arsip institusi untuk pengembangan keilmuan dibidang pembelajaran Desain Komunikasi Visual
- b. Untuk menambah kajian ilmiah khususnya dalam perancangan penyutradaraan film Mockumentary

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Penulis dapat mengembangkan hasil rancangan menjadi sebuah karya film Mockumentary yang edukatif
- b. Penulis dapat memperdalam keilmuan mengenai sisi konsumtif dari gaya hidup Hypebeast.
- c. Menghadirkan perspektif mengenai teknik penyutradaraan yang sesuai untuk film Mockumentary
- d. Meningkatkan kepekaan dan kesadaran mengenai sisi konsumtif dari gaya hidup Hypebeast.

1.7 Metode Perancangan

Sebelum melakukan perancangan, penulis melakukan penelitian terlebih dahulu untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tipe kualitatif. Kualitatif digunakan dikarenakan data yang diperoleh akan cenderung lebih detail, karena data yang didapat berupa kata-kata bukan angka. Menurut John W. Cresswell (2014: 64) saat yang tepat ketika kita ingin memberdayakan individu untuk dapat menyampaikan cerita mereka, mendengarkan suara mereka, dan meminimalkan hubungan kekuasaan yang seiring muncul antara seorang peneliti dengan partisipan saat proses penelitian.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah Studi Kasus. Sebagai pendekatan, kunci penelitian studi kasus memungkinkan penulis dalam meneliti suatu kondisi sosial, peristiwa atau situasi tertentu dan untuk memberikan pengetahuan terhadap sebuah situasi atau peristiwa yang terjadi (Hodgetts & Stolte, 2012). Lebih lanjut Hodgetts & Stolte (2003) Menjelaskan

bahwa studi kasus membantu untuk menunjukkan hal-hal bersifat penting yang menjadi perhatian dalam kasus individu, kelompok, atau komunitas. Metode ini digunakan untuk mencari tahu sebab akibat dari sifat konsumtif gaya hidup Hypebeast yang mendoktrin remaja Bandung, salah satunya adalah masih banyaknya remaja belum mengetahui mengenai dengan benar tentang gaya hidup Hypebeast dan belum banyak informasi yang membahas tentang gaya hidup tersebut secara mendalam.

1.7.1 Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data subyek penelitian yang valid, penulis menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara melakukan observasi, wawancara dan studi literatur. Hal tersebut sesuai dengan data yang perancang butuhkan dalam mendapatkan informasi penganut gaya hidup hypebeast.

a. Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data dengan mengunjungi beberapa toko yang menjual pakaian dan aksesoris hypebeast pada salah satu pusat perbelanjaan bernama Paris Van Java dan Trans Studio Mall di Kota Bandung.

1. Observasi Langsung

penulis secara langsung mengunjungi acara Trade Mark Market di Trans Studio Mall, Bandung dan mendatangi toko 807 Garage di pusat perbelanjaan Paris Van Java, Bandung.

2. Observasi tidak langsung

Penulis mengamati di laman instagram sejumlah akun Hypebeast, influencer, serta tagar Hypebeast. Observasi yang dilakukan dengan melihat postingan foto.

b. Wawancara

Karena pemahaman serta pengalaman setiap orang berbeda terhadap fenomena gaya hidup Hypebeast, penulis melakukan wawancara

mengenai gaya hidup Hypebeast dan sifat konsumtif yang terdapat di dalamnya kepada beberapa orang yang menganut *lifestyle* tersebut.

c. Studi Literatur

Guna memperkuat penelitian yang dikaji serta mendapatkan data yang konkret, penulis menggunakan studi literatur yang berasal dari sumber-sumber seperti buku-buku, arsip, dokumen dan jurnal yang memiliki relevansi terhadap fenomena yang di teliti.

1.7.2 Analisa Data

Setelah semua informasi dan data yang penulis peroleh dari hasil studi pustaka, observasi dan wawancara. Kemudian Penulis menganalisa data dan visual yang ada. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan secara terperinci terhadap data-data yang sudah penulis kumpulkan.

a. Analisis Objek

Penulis melakukan analisis data menggunakan pendekatan fenomenologi dalam mengumpulkan data dengan cara Observasi, wawancara, dan studi literatur. (Cresswell, 2014:104) bertujuan supaya data-data yang telah penulis dapatkan dapat dijelaskan secara terperinci.

b. Analisis Visual

Analisis visual ditujukan kepada data yang di telah dikumpulkan melalui pengamatan analisis karya sejenis. Dalam analisis visual penulis menyusun dan mendeskripsikan data yang kemudian diinterpretasikan sesuai dengan keperluan.

1.7.3 Sistematika Perancangan

Tujuan dari sistematika perancangan adalah untuk memberikan penjelasan terhadap keseluruhan proses yang dilakukan penulis. Baik pada saat pengumpulan, analisis maupun penyajian, termasuk pada saat perancangan belum dilakukan yang disebut sebagai tahap penajakan (Nyoman, 2016:289). Penulis sebagai sutradara, Menurut FFTV-IKJ (2012: 63-66) prosedur dan

teknik kerja seorang sutradara dari pra produksi sampai pasca produksi sebagai berikut:

a. Pra Produksi

Pada tahap awal pra produksi, sutradara menelaah skenario untuk kemudian di diskusikan bersama-sama pimpinan departemen, diantaranya adalah departemen kamera, artistik, suara, kostum, tata rias, dan editing, proses tersebut bertujuan untuk menyatukan visi bersama. Selanjutnya sutradara memilih kru yang ikut terlibat dalam proses produksi film. Langkah selanjutnya adalah memilih aktor dan aktis yang akan memerankan tokoh didalam film. Terakhir, sutradara menentukan *shot*, *blocking*, *coverage*, dan *staging*. Proses *Reading* dan *Reahersal* dilakukan bersama dengan aktris dan aktor yang dilakukan pada tahap terakhir pra produksi.

b. Produksi

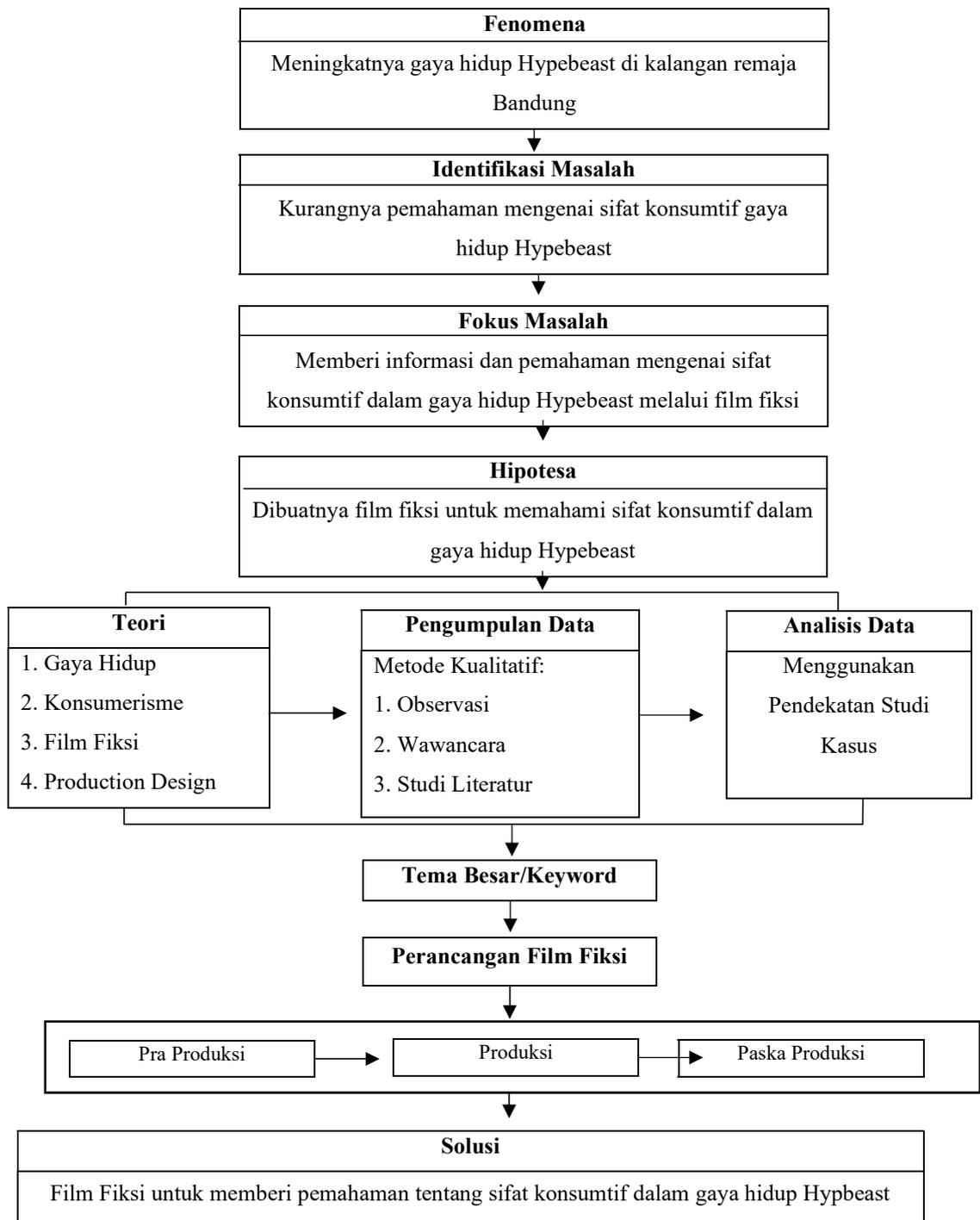
Sutradara mengarahkan dan mengawasi aktor dan aktris dalam beradegan dan memerankan peran dengan karakter yang sudah ditentukan, tujuannya agar sesuai dengan breakdown shooting yang sudah dibuat dibantu oleh astrada. Kemudian melihat hasil perekaman gambar untuk memastikan kualitas serta hasilnya.

c. Paska Produksi

Pada tahap ini, tugas sutradara untuk mengawasi proses editing offline meliputi rough cut, final cut, mixing audio, coloring bersama editor dan colorist agar sesuai dengan visi sutradara.

1.8 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan



Sumber : Dokumen Pribadi

1.9 Pembabakan

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, dan identifikasi masalah dari objek yang penulis angkat, yaitu sifat gaya hidup Hypebeast meningkatkan sifat konsumerisme pada remaja. Ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan kerangka perancangan akan menjadi pendukung dari sejarah Hypebeast.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori apa yang digunakan dalam proses penelitian serta teori film dan teknik penyutradaraan sebagai pemahaman dasar penulis dalam merencanakan hasil akhir penelitian.

BAB III. DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai data yang telah berhasil dikumpulkan, seperti data objek, data karya sejenis, dan data hasil pustaka. Hasil keseluruhan data tersebut kemudian dianalisis dan dijadikan acuan untuk perancangan.

BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan proses kerja sebagai sutradara dalam kegiatan film. Pembuatan konsep visual sesuai dengan pustaka, referensi, dan data yang ada di lapangan.

BAB V. KESIMPULAN

Pada bab ini mengenai kesimpulan dari Bab I, II, III, IV yang sudah dijelaskan secara rinci, dan penjelasan mengenai rekomendasi dalam bentuk berbagai *alternative* pemecahan masalah yang dihadapi saat melakukan pembuatan film.