

PENYUTRADARAAN FILM MOCKUMENTARY TENTANG FENOMENA HYPEBEAST

Alfa Fuji Wahyono, Anggar Erdhina Adi

Universitas Telkom Bandung

alfa.unscripted@gmail.com, anggarerdhina@gmail.com

Abstract

Lifestyle greatly affects individuals in acting, thinking, and determining their choices. One such lifestyle is Hypebeast, a global lifestyle that has managed to entering Indonesia and affect urban communities, especially teenagers. Adolescent adherents to the Hypebeast lifestyle are indoctrinated to do extreme things, which are willing to spend large amounts of money to get commodities from Hypebeast. The author purposed is to develop characterizing characteristics in Mockumentary films through directing techniques conducted with qualitative research using observational methods, interviews and literature studies through case study approaches in order to provide information to the public.

Keywords : Directing, Mockumentary Films,

Pendahuluan

Pendahuluan

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 sangat berpengaruh kepada kehidupan manusia tanpa terutama pada remaja. 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 sosial emosional, biologis, dan kognitif, pada masa transisi remaja menuju dewasa, Salah satu gaya hidup sedang banyak dianut oleh remaja 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. 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.

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, 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 tidak rasional.

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. 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 penontonnya 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.

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 paska produksi. (FFTVIKJ: Film 63-65) Sutradara dituntut untuk mempunyai pengetahuan mendalam mengenai proses produksi dan juga harus piawai dalam perancangan naratif dan sinematik.

berhari-hari untuk mengantri sampai rela menginap didepan toko *reseller* produk Hypebeast, agar mendapatkan produk Hypebeast terbaru walaupun harus membelinya dengan harga yang tidak rasional.

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. 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 penontonnya 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.

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 paska produksi. (FFTVIKJ: Film 63-65) Sutradara dituntut untuk mempunyai pengetahuan mendalam mengenai proses produksi dan juga harus piawai dalam perancangan naratif dan sinematik.

Landasan Teori

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008). Menurut Minor dan Mowen (2002), Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup yang dianut oleh seseorang maupun kelompok tertentu dapat dilihat melalui ciri-ciri tersendiri. Selain itu, gaya hidup menurut Kotler (dalam Rianton, 2012) adalah sebuah pola pada kehidupan sehari-hari yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup yang dianut oleh satu individu atau kelompok dapat berbeda dengan kelompok lainnya, hal tersebut dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal, keadaan sosial dan usia (sumarwan, 2004:57).

Gaya hidup atau lifestyle dapat diartikan bahwa semua hal yang dilakukan mempunyai karakteristik, kekhususan serta tata cara dalam kehidupan suatu masyarakat tertentu (carapedia.com), selain itu gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan bermasyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Menurut buku Psikologi Kepribadian (Alwison, 2008) Adler menjelaskan bahwa setiap orang memiliki hak untuk menciptakan dan menganut gaya hidupnya sendiri-sendiri, dan orang tersebut bertanggung jawab atas tingkah lakunya masing-masing.

Konsumerisme sebuah paham yang menganggap bahwa produk-produk mewah menjadi tolak ukur atas kebahagiaan, kepuasan, dan kesenangan bagi para penganutnya. Featherstone (2001:29) berpendapat bahwa budaya konsumerisme memiliki tiga perspektif utama. *Pertama* konsumerisme dipremiskan dengan menyebarnya produksi komoditas kapitalis yang melahirkan budaya dalam bentuk produk produk konsumen, tempat-tempat belanja

dan konsumsi, dari hal tersebut berkembang dan memunculkan sifat efalitarianisme dan kebebasan individu bersifat seduktif dalam konteks mengkonsumsi. *Kedua* dari cara yang berbeda dimana manusia menciptakan ikatan-ikatan atau pembedaan masyarakat dengan menggunakan benda-benda. *Ketiga* Kesenangan emosional untuk mengkonsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang memunculkan kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis.

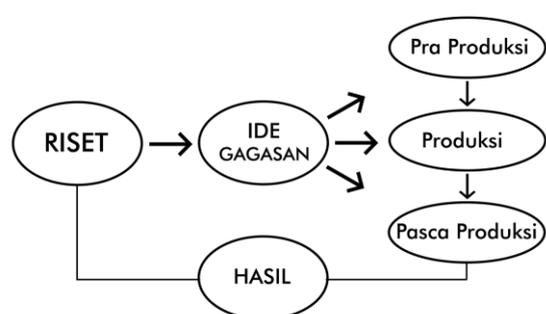
Secara harfiah mengkonsumsi bukan hanya berarti (dimakan atau diminum), namun dapat diterapkan secara simbolik yang kemudian menciptakan perasaan yang puas. Maksud dari diterapkan secara simbolik adalah (dipegang, diimpikan, dipandang, diambil fotonya) dapat menegaskan berbagai perbedaan gaya hidup yang membatasi hubungan sosial (Leiss,1978: 19).

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Raymond Williams (1976: 68) istilah terbaru dari konsumsi adalah ‘merusak (*to destroy*), memakai (*to use*), membuang-buang (*to waste*), menghabiskan (*to exhaust*). Berdasarkan pengertian tersebut menyimpulkan bahwa konsumsi sebagai perbuatan yang berlebihan, pembuang-buangan, dan pengeluaran menunjukkan suatu kondisi paradoksikal dalam penekanan produksionis dari masyarakat kapitalis dan sosialis.

Hedonisme dari konsumerisme modern dimengerti sebagai sebuah tindakan pencarian kepuasan dan pengartian dalam godaan tak terbatas yang disediakan oleh pasar. Hal ini menggambarkan sifat tendensi konsumen untuk terus menerus mengkonsumsi komoditas dengan tujuan untuk menjaga relevansi dan status (David Chaney 1997: 17). Teori konsumerisme menguatkan sifat ini dengan menyatakan bahwa konsumen melakukan konsumsi berlebih demi mendapatkan kepuasan tersendiri atau kepuasan secara simbolik.

Studi kasus adalah sebuah pendekatan yang digunakan dalam sebuah penelitian kualitatif. Secara lengkap studi kasus didefinisikan sebagai ‘sebuah penelitian kualitatif yang mengkaji konteks kehidupan yang nyata atau sesungguhnya (*real-life*), sebuah (*single*), atau beberapa (*multiple*), kasus (*bounded system*) yang kontemporee dari waktu ke waktu, pengumpulan data yang detail melalui beberapa sumber data atau informasi (observasi, wawancara, materi audio visual, dokumen, dan laporan)’ (Creswell, 2003,:97). Konteks nyata (*real life*) yang dimaksud Creswell dapat dijelaskan oleh Chadwick (1991) sebagai realitas lapangan yang dibiarkan alami atau apa adanya.

Menurut Yin (2009) pendekatan studi kasus memiliki tujuan utama untuk mengkaji berbagai macam situasi yang terjadi baik itu ada pada individu, kelompok, organisasi, sosial, politik, dan fenomena terkait. Selain itu, ‘pendekatan studi kasus dapat digunakan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang sebuah topik (seperti dalam sebuah tesis), program, kebijakan, institusi atau sistem untuk dapat menghasilkan pengetahuan atau menginformasikan kebijakan pembangunan, praktisi yang profesional dan aksi komunitas’ (Simons, 2009:21). Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memperoleh penjelasan yang komprehensif tentang sebuah fenomena, melalui penggunaan bermacam-macam metode pengumpulan data (De Vaus, 2001: Hakim, 1987).



Kasus sebagai bahan utama yang dipelajari, merupakan entitas yang tidak begitu konkret seperti sebuah hubungan, komunitas, sebuah proses keputusan, sebuah proyek, dan lain-lain

(Yin, 2009). Agar kasus tidak bersifat terlalu langsung (*direct interpretation*), pembentukan pola (*pattern*), dan generalisasi alamiah (*naturalistic generalizations*).

Awalnya istilah film merupakan sebuah alat penyimpan gambar atau disebut *Celluloid*, adalah lembaran plastik yang dilapisi dengan lapisan kimiawi yang peka terhadap cahaya. Menurut Effendy dalam bukunya *Kamus Komunikasi* (1929:226), menjelaskan jika film merupakan karya audio visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. Film memiliki dua unsur pembentuk, yaitu unsur naratif dan sinematik.

Secara umum, film terbagi dari 3 jenis, diantaranya ada film fiksi, dokumenter, dan film ekperimental. Mockumentary adalah istilah dari karya audio visual yang berupa fiksi bergaya dokumenter dapat berbentuk film atau serial TV. Istilah Mockumentary terbentuk dari dua kata utama yang diambil dari bahasa Inggris yaitu ‘*mock* yang berarti mengejek atau mengolok-olok dan kata ‘*documentary* yang berupa sebuah film dokumentasi peristiwa-peristiwa faktual. Menurut Rhodes & Springer (2006:16), Mockumentary adalah karya fiksi secara utuh namun mengaplikasikan visual dokumenter secara lebih dekat. Dalam Mockumentary, diasumsikan bahwa *audience* mampu membedakan antara fakta dan fiksi dalam sebuah representasi media dan karena itu mereka mampu berpartisipasi dalam bentuk (Mockumentary) yang cenderung bermain. Secara sederhana. Jane Roscoe & Craig Hight (2001:6) menyatakan bahwa Mockumentary berupa bentuk “fikta-fiktif” yang memiliki hubungan dekat dengan drama dan dokumenter. Mockumentary menurut Merriam Webster *facetious or satirical work presented in the style of documentary* mockumentary adalah kTidak hanya menggunakan elemen dan kebiasaan dokumenter namun juga membangun hubungan-hubungan tertentu dengan cara percakapannya yang faktual.

Mockumentary memiliki fungsi dan tujuan yang disusun oleh Rhodes & Springer (2006:15) sebagai berikut:

(1) Menyesuaikan estetika dokumenter untuk membangun sebuah dunia fiksi dan berkat itu memutuskan hubungan langsung antara gambar dan referensi, (2) Mengambil bentuk pengambilan gambar dokumenter, pembuat dokumenter, serta ikon budaya, sosial, dan politik sebagai objek parodi, (3) Mengembangkan sebuah hubungan dengan *audience* yang sadar dan berada dalam permainan sebuah Mockumentary untuk mampu mengapresiasi humor reflektivitas kritis dan bentuknya. Mockumentary juga dapat menyisipkan material arsip, rekaman saksi atau rekaman wawancara dengan beberapa narasumber (Tueth, 2012: 179). Dari semua hal yang disebutkan, mockumentary tetap berdasarkan cerita fiksi dan rekaman ulang.

Dalam film terdapat genre, istilah genre diambil dari bahasa Prancis yang berarti tipe atau bentuk. Dalam film, genre dapat didefinisikan dari sekelompok film yang memiliki pola atau karakter, seperti *setting* aksi peristiwa, isi dan subyek cerita, gaya, tema, situasi, struktur cerita, mood, ikon, dan situasi. Menurut buku *Membuat Film Indie Itu Gampang* (Baksin, Askurifai, 2003) Genre drama adalah salah satu jenis genre yang menekankan sisi *Human Interest* dengan tujuan untuk membuat penonton merasakan kejadian yang terjadi pada tokoh, hal tersebut membuat seolah-olah penonton berada di dalam film yang ditonton.

Sutradara adalah orang yang memberi pengarahan, dan bertanggung jawab atas masalah artistik dan teknis dalam pementasan drama, pembuatan film, dan sebagainya. Sutradara merupakan orang yang akan memimpin dan terlibat langsung dalam proses pembuatan film secara menyeluruh terutama selama proses produksi berlangsung. Sutradara terkemuka, Arthur Penn mengatakan bahwa sutradara sebagai *orang yang menulis dengan kamera* (Theodore Taylor, *People Who Make Movies*, hal.21).

Sutradara menjadi seseorang yang memimpin proses pembuatan film, meliputi pemilihan pemain yang akan memerankan tokoh dalam film, mengintrepetasikan naskah, memberi arahan kepada kru dan aktor sesuai dengan skenario yang telah ditetapkan, mengetahui dan terlibat langsung ataupun tidak langsung dalam keseluruhan proses produksi.

Menurut David K. Irving dan Peter W. Rea Sutradara mengarahkan proses kreatif dalam produksi film dan bertindak sebagai penghubung antara proses produksi, teknis, dan kreatif tim, Sutradara adalah sosok yang bertanggung jawab untuk membawa sebuah skenario menjadi hidup Tahap Pra Produksi. Menurut FFTV-IKJ (2012: 63-66) teknik dan prosedur seorang sutradara dalam keseluruhan proses produksi film, meliputi proses pra produksi, produksi sampai pasca produksi.

Pembahasan

Berdasarkan data yang sudah diperoleh penganut Hypebeast cenderung mengkonsumsi komoditas hasil gaya hidup tersebut yang bersifat baru dan populer, namun remaja tersebut tidak mengetahui mengetahui secara benar tentang gaya hidup Hypebeast, hal tersebut menuntun remaja menjadi konsumtif. Selain itu pengikut budaya Hypebeast juga hanya ikut-ikutan karena sedang trend di Indonesia.

Film mockumentary ini akan menjadi sarana media informasi yang membahas tentang sifat konsumtif remaja dalam menganut gaya hidup Hypebeast. Tujuannya untuk mengekspose bagaimana seorang remaja yang hanya ikut-ikutan dalam menganut gaya hidup Hypebeast secara konsumtif dan kurang tepat.

Konsep kreatif adalah perancangan awal sebelum membuat karya audio visual, dalam proses ini dibutuhkan kreatifitas agar dapat menciptakan karya yang menarik audiens dan untuk melihat dan mendengar karya yang dibuat. Konsep kreatif dalam karya ini adalah membuat film mockumentary sebagai media informasi mengenai sifat konsumtif remaja dalam gaya hidup hypebeast.

Tampilan dalam film mockumentary menggambarkan tentang remaja penganut gaya hidup Hypebeast, diperlihatkan melalui tokoh utama didalam cerita ini melalui aspek pakaian, serta aksesoris dan gadget yang digunakan utama didalam cerita ini melalui aspek pakaian, serta aksesoris dan gadget yang digunakan oleh tokoh utama. Struktur cerita yang akan ditampilkan dalam film mockumentary ini terbagi dalam dua bagian, yaitu proses wawancara bersama tokoh utama yang dilakukan didalam sebuah studio dan situasi yang terjadi dibalik layar yang berfokus kepada tokoh utama. Pada proses wawancara bersama karakter utama teknik pengambilan gambar yang digunakan menggunakan teknik *still camera movement* dan untuk kejadian dibalik layar menggunakan teknik pengambilan gambar *handheld*. Gaya visual yang diterapkan menggunakan *style* modern, yang akan lebih ditonjolkan pada bagian awal film yang diaplikasikan pada *set* lokasi menggunakan properti pilihan, serta *ambience* lingkungan disekitarnya.

Penggunaan bahasa indonesia dan logat bicara pada dialog merepretasikan karakterisasi antar tokoh. Dialog yang terjadi ketika percakapan antara tokoh menggunakan bahasa indonesia sehari-hari dengan penggunaan beberapa kalimat tidak baku untuk mendapatkan kesan natural.

Pemilihan jenis audio dan musik yang akan diterapkan dalam film Mockumentary ini menggabungkan 2 jenis musik modern, diantaranya musik bergenre Hip Hop dan Synthwave. Pemilihan genre musik Hip Hop dan Synthwave karena jenis musik tersebut sangat relevan dengan gaya hidup Hypebeast.



Bobbeast diambil dari penggabungan nama karakter utama di dalam cerita yaitu bobby dan gaya hidup yang dianut, Hypebeast. Bobby dalam cerita ini memiliki obsesi untuk menjadi remaja Hypebeast nomor satu di media sosial dan

kehidupan nyata, Durasi film sekitar 23-25 menit dengan format 16:9 dan resolusi 1920x1080 berformat mp4.

Dalam tahap perancangan, sutradara terlibat langsung dalam seluruh proses produksi dimulai dari menentukan judul film, intrepertasi Skenario film, menentukan aktor dan aktris, membuat anggaran biaya, dan membuat jadwal produksi dan menentukan dan mencari *crew*.

Dalam penyutradaraan film fiksi ini diperlukan penyusunan skenario yang diperoleh hingga menganalisa data. Kemudian dikembangkan menjadi *film statement*: "Bobby berumur 17 tahun adalah seorang remaja konservatif penganut gaya hidup Hypebeast secara konsumtif dan ekstrim, masalah muncul ketika obsesi berlebihannya tidak sebanding dengan kemampuan finansial Bobby". Berdasarkan *film statement* tersebut, kemudian dikembangkan menjadi sebuah struktur cerita meliputi karakter, alur dan latar untuk menjadi acuan pembuatan skenario.



gambar 1.1 Script Bobbeast

Pemeran tokoh didalam film mockumentary ini melewati beberapa pertimbangan dari sejumlah aspek seperti fisik, wajah, cara berkomunikasi dan gerak-gerik calon pemain yang akan memerankan tokoh.



gambar 1.2 Aktor dan aktris film Bobbeastt

Proses produksi ini dilakukan pada tanggal 1 Desember dan berlangsung selama satu hari dan

berlokasi di kec. Antapani Kota Bandung. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diketahui selama proses produksi. Karena penelitian fenomena Hypebeast dilakukan di kota Bandung, maka sutradara menyesuaikan konsep film dengan fenomena tersebut dari segi cerita, setting tempat

Sehingga latar tempat yang perlihatkan dalam film sesuai dan memiliki kedekatan dengan lingkungan ataupun aspek-aspek yang terdapat dalam gaya hidup Hypebeast.



gambar 1.3 Proses Produksi Film Bobbeast

Latar waktu pada film ini terjadi pada tahun 2019, latar waktu ditekankan pada beberapa adegan yang terdapat didalam film. Misalnya terlihat dari pakaian dan aksesoris yang digunakan oleh tokoh utama yaitu jaket Off-White Multicolor Arrows yang dirilis pada tahun 2019 serta waist bag supreme yang dirilis pada waktu yang bersamaan. Pemilihan latar waktu pada tahun 2019 agar dapat *relatable* dengan *trend* yang sedang terjadi pada saat ini.



gambar 1.4 Proses Produksi Film Bobbeast

Dalam dalam ini, sutradara memegang peran vital untuk dapat memberikan arahan yang jelas kepada seluruh kru dan *cast* yang terlibat agar dapat bekerjasama dengan baik. Selain itu sutradara dibantu oleh asisten memberikan arahan blocking dan pengadeganan kepada pemain dan serta komunikasi kepada kru, karena sutradara harus selalu

lainnya dari pengambilan gambar serta didalam sebuah *frame*.

Pasca produksi adalah proses yang dilakukan setelah proses produksi selesai dilakukan, meliputi sortir data hasil *shooting*, *editing rough cut*, *picture lock*, musik *scoring*, *sound mixing* dan *editing online*, proses tersebut dilakukan pada bulan Desember 2019 hingga bulan Januari 2020. Tahap ini dibagi menjadi 2, yaitu *offline editing* dan *online editing*.

- *Offline Editing*

Pada tahap ini, hasil perekaman gambar yang dilakukan pada tahap produksi disortir berdasarkan *script continuity*. Hasil perekaman yang sudah disortir disusun berdasarkan dengan skenario yang telah dibuat dan masuk keproses *rough cut*. Pada proses ini memakan waktu cukup panjang untuk mencapai *picture lock* dan lanjut ke proses *online editing*.

- *Online Editing*

Pada proses ini telah mencapai *picture lock* akan dilanjutkan ke proses *visual effect*, *rotoscoping*, *color correction*, dan *color grading*. *Rotoscoping* digunakan untuk menghilangkan objek tertentu yang tidak diinginkan muncul di *frame*, tujuannya adalah untuk membuat tampilan visual dapat lebih menarik dan tidak mengganggu jalannya cerita. *Color correction* digunakan untuk mengkoreksi dan menyamaratakan intensitas warna dengan mengatur *exposure*, *white balance*, *contrast* dan *iso noise*. *Color grading* adalah tahap pemberian warna *ambience* dan *vibe* terhadap visual dalam film untuk menciptakan suasana tertentu sesuai dengan visi sutradara.





Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis fenomena sifat Konsumtif dalam gaya hidup Hypebeast remaja Bandung, diketahui bahwa Hypebeast adalah sebuah gaya hidup yang berhasil masuk dan telah banyak dianut oleh remaja Bandung yang penyebarannya dimulai melalui internet dan selebriti nasional serta internasional yang banyak menjadi referensi idola remaja. Hal tersebut mendorong para remaja untuk berpenampilan layaknya idola mereka dan menganut gaya hidup tersebut tanpa memahami secara benar mengenai gaya hidup yang dipilihnya. Salah satu sifat utama yang terdapat dalam gaya hidup Hypebeast adalah penganutnya didoktrin untuk wajib membeli dan menggunakan pakaian berlabel Hypebeast yang memiliki harga yang fantastis agar mendapatkan validasi dari orang disekitarnya khususnya antar sesama. Hypebeast. Hal tersebut mendorong para remaja berlomba-lomba mendapatkan pakaian terbaru, terkeren, terlangka dan termahal, meskipun harus mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar dan hal tersebut sangat dapat memicu permasalahan difaktor lain yang melibatkan remaja itu sendiri ataupun orang lain. Pada permasalahan ini, orang terdekat berperan penting untuk dapat memberikan pemahaman mengenai gaya hidup Hypebeast. Oleh karena itu supaya pesan tersebut tersampaikan sedara efektif dan efisien, maka penulis sebagai sutradara menyampaikannya melalui karya audio visual berupa film Mockumentary.

Penyutradaraan dalam film Mockumentary Bobbeast secara langsung memberikan informasi mengenai sifat konsumtif dalam gaya hidup Hypebeast remaja Bandung melalui pendekatan studi kasus yang mana didalam film ini memberikan sebuah pemaknaan individu terhadap pengalaman Hypebeast yang dialami. Genre yang dipilih dalam film ini adalah karena fenomena yang terjadi tentang gaya hidup

konsumtif remaja Hypebeast mendukung dengan unsur-unsur pada genre drama. Hal ini membuat film yang dirancang penulis tepat sesuai dengan khalayak sasar.

Tugas akhir film Mockumentary berjudul Bobbeast ini dirancang dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat khususnya remaja dan dewasa terhadap fenomena sifat konsumtif dalam gaya hidup remaja Hypebeast yang terjadi. Hal tersebut disebabkan masih kurangnya pemahaman mengenai terhadap hal yang benar dan salah, buruk ataupun baik.

Pelajaran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah lebih baik memilih gaya hidup yang sesuai dengan kemampuan dari individu masing-masing, tanpa harus memaksakan atau bahkan sampai harus melakukan hal-hal yang justru dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Daftar Pustaka

- Irving, David K. dan Peter W. Rea. 2006. *Producing and Directing. Focal Press Oxford*
- Roscoe, Jane dan Craig Hight. 2001, *Faking It: Mock-documentary and the Subversion of Factuality, Manchester: Manchester University Press*
- Rhodes, Gary D. dan John Parris Springer. 2006, *Docufictions: Essay on The Intersection of Documentary and Fictional Filmmaking, North Carolina: McFarland & Company, Inc*
- Kholifah, Siti dan I Wayan Suyadnya, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Ahmadi Ralam, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Suharsaputra, Uhar.2012, *Metode Penelitian*, Bandung: PT Refika Aditama
- Featherstone, Mike. 2001 *Posmoderenisme dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.