

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah untuk membuat film dokumenter tentang kantor pos masa kini untuk menginformasikan kepada para pengguna jasa pengiriman, khususnya di wilayah Surabaya. Hal ini dilatar belakangi oleh begitu banyak jasa pengiriman di Indonesia, karena jasa pengiriman memiliki peranan penting dan strategis dalam membangun perekonomian masyarakat. Namun meskipun semakin banyak perusahaan jasa pengiriman, masih sering terjadi kesalahan pada sistem pengiriman. Salah satu perusahaan pengiriman terbesar adalah PT. Pos Indonesia atau yang lebih akrab dipanggil dengan sebutan kantor pos. Dimana kantor pos merupakan bagian penting dalam kebutuhan surat-menyurat sejak jaman dahulu hingga sekarang. Kantor pos yang merupakan salah satu jasa pengiriman, juga mempunyai kekurangan, yaitu adanya masalah tentang keterlambatan pengiriman (donnijambak.wordpress.com). Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sigit selaku Manager SDM di kantor pos Kebonrojo, dalam wawancara pada tanggal 31 mei 2015. Beliau mengungkapkan bahwa kasus keterlambatan pengiriman karena beberapa faktor.

Banyaknya pemikiran masyarakat yang berbeda mengenai sumber informasi di jaman modern ketika perkembangan teknologi semakin canggih. Pada saat ini penggunaan jasa pengiriman surat dan barang semakin maju serta berkembang

pesat. Hal ini menuntut adanya perhatian yang lebih terhadap respon para pengguna jasa pengiriman surat dan barang, khususnya jasa pos yang saat ini masih beroperasi di berbagai wilayah di Indonesia. Seperti halnya kota Surabaya yang juga merupakan salah satu kota besar yang memiliki kantor pos pusat ke tiga setelah Semarang (lifestyle.kompasiana.com).

Melihat sejarah pengiriman, dunia perposan modern muncul di Indonesia sejak tahun 1602 pada saat VOC menguasai bumi nusantara. Pada saat itu, perhubungan pos hanya dilakukan di kota-kota tertentu yang berada di pulau Jawa dan luar pulau Jawa. Surat atau paket pos hanya diletakkan di *Stadsherbrg* atau gedung penginapan kota sehingga orang harus selalu mengecek apakah ada surat atau paket untuknya di dalam gedung itu. Untuk meningkatkan keamanan surat dan paket pos tersebut, Gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff mendirikan kantor pos pertama di Indonesia yang terletak di Batavia (Jakarta). Era kepemimpinan GubJend. Daendels di VOC membuat sebuah kemajuan yang cukup berarti didalam pelayanan pos di nusantara. Kemajuan tersebut berupa pembuatan jalan yang terbentang dari Anyer sampai Panarukan. Jalan sepanjang 1000 km ini sangat membantu dalam mempercepat pengantaran surat dan paket antar kota di Pulau Jawa. Jalan yang dibuat dengan metode kerja paksa ini dikenal dengan nama *groote postweg* (jalan raya pos). Dengan adanya jalan ini, perjalanan antara provinsi Jawa Barat sampai Jawa Timur yang awalnya bisa memakan waktu puluhan hari, bisa ditempuh dalam jangka waktu kurang dari seminggu (www.posindonesia.co.id).

Arus perkembangan teknologi telepon dan telegraf yang masuk ke Indonesia pun akhirnya berubah menjadi *Posts Telegraafend Telefoon dienst* atau jawatan pos, telegraf, dan telepon (PTT). Layanan pos yang awalnya berpusat di *Welrefender* (Gambir) juga berpindah ke Dinas Pekerjaan Umum atau *Burgerlij*. Cukup banyak perubahan dalam sistem Pos Indonesia sendiri. Perubahan tersebut terlihat dari bentuk badan usaha yang dimiliki oleh Pos Indonesia secara terus-menerus dari tahun ke tahun. Sebagian besar penduduk Surabaya merupakan pengguna jasa pengiriman surat maupun barang. Karena berkembangnya perdagangan di Indonesia dan maraknya jual beli *online*, sehingga jasa pengiriman sangat besar pengaruhnya bagi masyarakat, di kota Surabaya khususnya (ikadi17.wordpress.com).

Dilihat dari segi geografis, kota Surabaya memiliki luas 33.306,30 Ha, serta mempunyai jumlah penduduk yang cukup padat yaitu 2.813.847 jiwa. Sehingga perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman pun beragam jenisnya, mulai dari TIKI, JNE, POS, dan lain-lain (ml.scribd.com)

Sangat banyak jasa yang dikeluarkan oleh pos Indonesia, dengan banyaknya jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga harus ada penanganan secara khusus, karena pada kenyataannya pelayanan jasa yang diberikan tidak selamanya berjalan lancar dikarenakan banyak faktor yang menghambat baik secara teknis maupun non-teknis. Ditambah semakin banyaknya jasa yang mampu menyaingi jasa pos membuat kekurangan yang dimiliki oleh pos Indonesia semakin terlihat jelas. Pelayanan yang memadai, harga yang terjangkau dan pengiriman yang tepat waktu menjadi prioritas utama bagi pemakai jasa (www.posindonesia.co.id).

Di dalam kantor pos terdapat berbagai loket yang di bagi-bagi menurut jenis layanan seperti loket pengiriman surat dalam negeri, luar negeri dan loket wesel pos. Di tempat yang agak terpisah dari ruangan utama kantor pos biasanya terdapat kotak pos untuk di sewa individu atau pemilik bisnis yang tidak ingin mengumumkan alamat jelas atau berada di alamat yang tidak terjangkau kantor pos. Di ruang belakang kantor pos terdapat ruangan sortir untuk memilah surat sebelum disampaikan ke kantor pos yang lebih besar atau diantarkan kepada alamat yang dituju. Dalam sistem layanan pos Indonesia, kantor pos dibantu bis surat dan unit layanan bergerak seperti pos keliling di kota atau di desa. Namun saat ini kantor pos juga memiliki layanan penyewaan komputer yang terhubung ke internet. Saat ini PT. Pos Indonesia tengah merambat bisnis *online*, dengan mengembangkan bisnis yang disebut *PlazaPos* yang sudah hadir sejak 12 Desember 2012 lalu. Hal ini diharapkan dapat menambah antusias masyarakat untuk terus menggunakan jasa layanan pos (donnijambak.wordpress.com).

Melihat banyaknya pengguna kartu kredit maupun debit (ATM), maka pos Indonesia melakukan kerjasama dengan beberapa bank besar untuk memudahkan transaksi. Bank tersebut antara lain Bank Mandiri, Bank Danamon, Bank Muamalat, dan banyak lagi. Pos Indonesia juga masih memiliki wesel bagi penduduk pelosok yang jauh dari jangkauan teknologi, untuk itu jasa pos merupakan sarana utama bagi penduduk pelosok untuk mengirim uang tanpa harus mempunyai ATM. Cukup banyak perubahan dalam sistem Pos Indonesia, perubahan tersebut terlihat dari bentuk badan usaha yang dimiliki oleh Pos Indonesia secara terus menerus. Pada tahun 1961, Pos Indonesia resmi menjadi

perusahaan negara berdasarkan peraturan pemerintah. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa jawatan PTT itu kemudian berubah menjadi perusahaan negara pos dan telekomunikasi(PN Postel). Setelah menjadi perusahaan negara, PN Postel mengalami pemecahan menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro(PN Pos dan Giro) dan perusahaan negara telekomunikasi (PN Telekomunikasi) (www.posindonesia.co.id).

Hal ini bertujuan untuk mencapai perkembangan yang lebih luas lagi dari masing-masing badan usaha milik negara (BUMN). Pemecahan PN Postel menjadi PN Pos dan Giro dan PN telekomunikasi ini memiliki legalitas hukum melalui peraturan pemerintah NO.29 tahun 1965 dan peraturan pemerintah nomor 30 tahun 1965. Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut hal ini bertujuan untuk semakin mempermudah keluasaan pelayanan pos bagi masyarakat Indonesia. Perubahan bentuk usaha dari sebuah perusahaan negara menjadi perusahaan umum ini pun disempurnakan lagi supaya bisa mengikuti iklim usaha yang sedang berkembang melalui keluarnya peraturan pemerintah nomor 28 tahun 1984 mengenai tata cara pembinaan dan pengawasan (www.posindonesia.co.id). Setelah beberapa tahun memberikan pelayanan dengan statusnya sebagai perusahaan umum, Pos Indonesia mengalami perubahan status atau bentuk usaha lagi. Dengan dikeluarkannya peraturan pemerintah nomor 5 tahun 1995, Perum Pos dan Giro berubah menjadi PT. Pos Indonesia (Persero). Hal ini bertujuan untuk memberikan fleksibilitas dan kedinamisan untuk PT.Pos Indonesia (Persero) sehingga bisa lebih baik dalam melayani masyarakat dan menghadapi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat persaingannya.

Di jaman yang serba *online* berbagai pemikiran masyarakat pun mulai berubah, terutama terhadap kantor pos yang dulu memang menjadi andalan masyarakat baik kalangan menengah atas maupun kalangan bawah. Bagi siapapun yang kecil dan besar, di era 90 ke belakang pasti banyak masyarakat yang cukup akrab dengan BUMN ini. Pak pos yang kedatangannya selalu ditunggu-tunggu, mungkin ia membawa surat atau kartu pos dari sahabat, kerabat, atau si dia seseorang yang memiliki arti khusus di hati. Atau juga ia membawakan sebuah wesel dimana kedatangannya ibarat penghapus nafas dikala itu. Kantor bercat oranye berlogo burung merpati itu telah memainkan peran pentingnya di hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia di masa lalu, ia bahkan telah menorehkan sejarahnya di banyak hati. Seperti sebuah lirik lagu yang mampu menulis sejarah jaman dan sangat ngetop saat itu, ciptaan Vina Panduwinata dengan lagu yang berjudul "surat cinta", yang beberapa baitnya selalu teringat, "*Hatiku gembira, melangkah diudara, pakpos membawa berita, dari yang ku damba, sepucuk surat manis, warnanya pun merah hati, bagai bingkisan pertama, tak sabar ku buka.....*". Mengingat akan lagu tersebut, kebanyakan orang akan tertarik mengetahui kabar terkini Pak pos atau PT. Pos Indonesia yang telah menjadi sahabat lama (lifestyle.kompasiana.com).

Seperti yang kita ketahui, kini teknologi internet telah menjadi bagian hidup sehari-hari. Pastilah hal ini pun memiliki dampak signifikan bagi BUMN tersebut. Sebenarnya peluang atau kekuatan sudah ditangkap sehingga memiliki keyakinan yang penuh bahwa perusahaan PT. Pos Indonesia ini dapat diselamatkan, *trust* atau kepercayaanlah yang menjadi kekuatan PT. Pos Indonesia. Ditambah dengan

network atau jaringan yang luas, penggabungan *trust* dan *network* itulah yang menjadi tumpuan PT. Pos Indonesia untuk berbenah dan menggapai hari depan yang cerah (kompasiana.com).

Dalam upaya untuk merepresentasikan permasalahan ini, maka diperlukan media massa dan kerjasama dengan berbagai pihak. Dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, menjadikan peran media massa semakin penting karena dapat menjangkau opini publik untuk semua kalangan yang dapat mendukung permasalahan ini. Media massa sangat dibutuhkan dengan usaha untuk membantu publikasi permasalahan yang ada. Pengembangan media massa (informasi/publikasi) dengan konsep berita yaitu 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*) hanya saja dengan pengemasan yang berbeda. Upaya ini guna menyajikan lebih kompleks, detail, dan memerlukan media yang sesuai. Maka dipilihlah media audio/visual/video (film) sebagai media yang tepat dan efektif. Dengan kombinasi antara gambar, suara, dan gerakan yang bersifat dinamis, sehingga sangat menarik perhatian dibandingkan dengan media lain.

Di dalam bukunya yang berjudul *Film Pinggiran*, Gotot mengungkapkan bahwa film sarat mengandung pesan, tesisnya membuktikan bahwa film sebagai media penting bagi umat manusia. Ketergantungan manusia pada media begitu besar dalam dunia modern, media menjadi bagian dari kehidupan, dia adalah alat untuk menyampaikan pesan kepada manusia lain (Gotot, 2008: 21).

Film dokumenter adalah media audio/visual/video yang mampu merepresentasikan kejadian sesuai dengan realita yang ada. Menurut Chandra Tanzil, bahwa tujuan utama dari film dokumenter adalah merepresentasikan

kembali suatu kejadian, kisah hidup, atau realita. Dalam buku Bill Nichols yang berjudul *Representing Reality*, yang memberikan pemahaman yang hakiki mengenai definisi film dokumenter. Bahwa film dokumenter adalah sebuah upaya untuk menceritakan kembali sebuah kejadian/realita, menggunakan fakta dan data. Pengungkapan sebuah fakta sekiranya dapat mengingatkan kembali, merangsang, para generasi penerus untuk dapat mengenal identitasnya yang dapat dibanggakan (2010: 57).

Dalam bukunya yang berjudul *Cara Pinter Bikin Film Dokumenter*, Fajar mengungkapkan bahwa film dokumenter adalah perekaman adegan nyata dan faktual (tidak boleh merekayasa sedikitpun) untuk kemudian dibentuk menjadi sefiksi mungkin menjadi sebuah cerita yang menarik, perlakuan inilah yang disebut *creative threatment* itu (2007: 36).

Adapun genre dalam film dokumenter yaitu, laporan perjalanan, sejarah, potret/biografi, nostalgia, rekonstruksi, investigasi, perbandingan dan kontradiksi, ilmu pengetahuan, buku harian (*diary*), musik, *association picture story*, serta dokudrama. Dalam pembuatan Tugas akhir ini film dokumenter yang dipilih adalah dokumenter nostalgia. Dokumenter nostalgia sebenarnya dekat dengan jenis sejarah, namun biasanya banyak mengetengahkan kilas balik atau napak tilas dari kejadian-kejadian dari seseorang atau suatu kelompok. Dalam buku yang berjudul *Memahami Film*, Pratista mengungkapkan pembuatan film dokumenter kebanyakan membuat audien/penonton bosan karena dituntut untuk melihat dan mendengarkan cerita dengan tampilan yang monoton, maka dari itu terdapat

beberapa teknik yang memiliki daya tarik audien terhadap film yang ditontonnya (2008:89).

Teknik yang digunakan dalam membuat film dokumenter ini adalah teknik *split screen*. Teknik *split screen* memiliki ciri khas membagi layar monitor dengan beberapa bagian dan menggabungkan beberapa adegan untuk menyampaikan pesan pada setiap potongan. Sehingga pencapaian makna dari film dokumenter yang akan dibuat mampu membuat masyarakat mudah memahami. Akan tetapi pada pembuatan film dokumenter ini tidak sepenuhnya menggunakan teknik *split screen*, namun di kolaborasikan dengan teknik *liveshoot*. Karena teknik *live shoot* adalah teknik pengambilan gambar yang dilakukan secara umumnya, karena teknik *live shoot* bisa dikombinasikan dengan teknik apapun. Teknik ini digunakan untuk menegaskan pesan yang akan disampaikan, pada setiap adegan akan terdapat makna yang sesuai dan dapat dipahami audien, serta membuat audien mampu menanggapi dan tidak bosan.

Berdasarkan permasalahan di atas, dipaparkan tentang besarnya pengaruh sebuah peranan masyarakat terhadap sebuah BUMN yaitu kantor pos yang selalu menjadi andalan masyarakat. Maka dibuatlah sebuah film dokumenter yang mengutamakan pentingnya mengabadikan dan terus melestarikan budaya lama yang terus berkembang hingga saat ini. Hal ini seperti yang tercermin dalam slogan: *merekam yang tersisa, mencari yang tersembunyi, menemukan kearifan semesta*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan bahwa rumusan masalah pada Tugas Akhir ini yaitu:

Bagaimana membuat sebuah film dokumenter yang menceritakan tentang kantor pos hari ini dengan menggunakan teknik *Split Screen*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Membuat film dokumenter bergenre dokumenter nostalgia.
2. Mengaplikasikan teknik *split screen* pada film dokumenter.
3. Menggunakan audio yang mampu mendramatisir film.
4. Menggunakan gaya bahasa yang santai dan pewarnaan yang dinamis.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam pembuatan film dokumenter berjudul “Kantor Pos Hari Ini” adalah:

1. Film merupakan media perubah masal yang paling mudah diterima oleh manusia karena menggunakan perpaduan antara audio dan visual.
2. Media komuikasi massa pandang dan dengar yang berdasarkan asas sinematografi.
3. Menvisualisasikan pesan-pesan moral dan menginformasikan kepada masyarakat tentang kantor pos masa kini.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari pembuatan tugas akhir ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Temuan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang aplikasi kajian realita, peran dan fungsi jasa pengiriman pos dari jaman dahulu sampai jaman sekarang sehingga mampu membuat masyarakat bernostalgia dan tertarik kembali untuk mengunjungi maupun menggunakan jasa pelayanan pos melalui film dokumenter. Juga mengembangkan teknik *split screen* yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam pembuatan video dokumenter dan menjadi bahan untuk kepentingan pendidikan peneliti selanjutnya yang mendalami dunia multimedia khususnya. Di lain sisi, penelitian juga berguna untuk memecahkan permasalahan keilmuan. Dan juga sebagai media komunikatif untuk menginformasikan kantor pos saat ini serta memotivasi masyarakat terutama pengguna jasa pos untuk bernostalgia kembali khususnya segmentasi target dan audien.