

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN KARYA

Pada bab ini akan dibahas tentang metodologi penelitian dan perancangan karya dalam proses pembuatan film dokumenter tentang budaya konsumtif masyarakat di Surabaya.

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Pada metodologi penelitian ini diuraikan serta dijelaskan tentang metode yang akan digunakan dalam pengolahan data serta perancangan dalam pembuatan tugas akhir ini. Metode penelitian dalam proses pembuatan film ini dilakukan berdasarkan penelitian dengan tahapan tahapan yaitu perencanaan, analisa, dan implementasi.

Metodologi penelitian menurut Sugiyono (2008:2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dalam tugas akhir ini, metodologi penelitian yang akan dipakai yaitu metodologi kualitatif karena membutuhkan pengujian secara kualitas sehingga data dapat diambil langsung di lapangan. Berdasarkan *website* seputarpengetahuan.com dijelaskan Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah cara yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu

permasalahan. Penelitian kualitatif ialah penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta lebih menonjolkan proses dan makna. Tujuan dari metodologi ini ialah pemahaman secara lebih mendalam terhadap suatu permasalahan yang dikaji. Dan data yang dikumpulkan lebih banyak kata ataupun gambar-gambar daripada angka. Berdasarkan definisi tersebut maka metode yang akan digunakan dalam perancangan karya ini adalah metode kualitatif karena dalam penelitian ini memerlukan data yang bersifat deskriptif berupa karakteristik masyarakat konsumtif, dan karakteristik film dokumenter. Setelah menentukan metode penelitian, maka langkah selanjutnya adalah teknik pengumpulan data.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Wawancara menurut Sugiyono (2008:72) merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam kajian ini, wawancara dilakukan dengan ahli dalam bidangnya masing-masing.

Wawancara dilakukan dengan sosiolog Sandygo Prinka. S.Sosio. dikarenakan budaya konsumtif juga dipengaruhi oleh kelas sosial masyarakat. Hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pola perilaku konsumtif masyarakat terjadi karena peningkatan penduduk serta pendapatan perkapita sehingga meningkatkan

juga taraf hidup masyarakat. Hal tersebut berdampak pada karakteristik individu yang berperilaku konsumtif yaitu, pola konsumsi yang bersifat foya-foya, keinginan untuk membeli barang yang tidak perlu. Kesenangan individu. Merasa kurang puas jika belum membeli barang yang diinginkan dan materialistik. Masyarakat juga mempertimbangkan harga, merk dan gengsi dalam membeli suatu barang yang diinginkannya. Iklan atau media massa yang gencar dilakukan produsen akan mengakibatkan rasa ingin tahu pada masyarakat. Secara tidak langsung akan rasa ingin tahu masyarakat terobati apabila telah mencoba atau membeli produk tersebut.

**Keyword: Materialistik Harga**

## 2. Observasi

Dalam tugas Tugas Akhir ini, data observasi yang didapat bersumber langsung dari pengamatan langsung di lapangan. Metode observasi dilakukan untuk mengenal lebih dalam tentang materi yang akan diteliti. Dengan mengadakan pengamatan aktif terhadap pusat-pusat penjualan barang-barang produksi di Surabaya. Dari hasil observasi tersebut didapatkan hasil bahwa, masyarakat membeli barang-barang karena mengejar suatu simbol dari merk, kemewahan dan gengsi. Dari hasil observasi yang dilakukan diperoleh kata kunci.

**Keyword: Kemewahan, Gengsi**



Gambar 3.1: Observasi Budaya Konsumtif

(Sumber : Olahan Peneliti)

### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari referensi, literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan dari berbagai sumber wacana yang berkaitan dengan pembuatan film dokumenter ini. Dalam tahap ini materi yang dibutuhkan adalah tentang film dokumenter dan budaya konsumtif.

Berikut merupakan hasil dari studi pustaka atau literatur:

#### a. Budaya konsumtif

Dalam buku *Masyarakat Konsumsi* (2009: 34) karangan Jean P Baudrillard dijelaskan, konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, fungsi kenikmatan, fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan atau konsumsi objek. Dalam masyarakat modern yang konsumtif, objek-objek konsumsi yang berupa komoditi tidak lagi

sekedar memiliki manfaat (nilai guna) dan harga (nilai tukar) seperti dijelaskan oleh Marx. Lebih dari itu objek konsumsi melambangkan status, prestise, dan kehormatan (nilai-nilai dan nilai simbol). Nilai tanda dan nilai simbol yang berupa status, prestise, ekspresi gaya dan gaya hidup kemewahan dan kehormatan adalah motif utama aktivitas konsumsi masyarakat konsumen. Jadi masyarakat modern sekarang ini berperilaku konsumtif tidak hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhan saja, namun untuk meningkatkan status diri atau kehormatan.

**Keyword: Status, ekspresi, gaya hidup.**

*b. Association Picture Story*

Dalam website [www.filmpelajar.com](http://www.filmpelajar.com) dijelaskan film-film dalam bentuk APS sekilas mirip dengan bentuk abstrak, namun sesungguhnya sangatlah berbeda. Film bentuk APS biasanya menggunakan gambar-gambar yang tidak memiliki hubungan ruang, waktu ataupun peristiwa, namun memiliki tujuan yang sama untuk mengarah pada satu tema atau sub-tema penceritaan.

**Keyword: tujuan, cerita**

#### 4. Studi Eksisting

Dalam pengerjaan film dokumenter, diperlukan sebuah Study Eksisting guna mengamati karya yang telah ada sebelumnya. Karya yang sudah ada dikaji untuk memperoleh kelebihan dari tiap karya tersebut untuk diimplementasikan dalam film dokumenter ini. Dalam hal ini, dipilih film dokumenter bergenre *Association Picture Story* yang berjudul *Samsara*

a. Samsara



Gambar 3.2: Samsara (1992)  
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Samsara (gambar 3.2) adalah sebuah film dokumenter tanpa narasi, tanpa aktor, tanpaplott cerita. Film ini menggambarkan segala yang terjadi di bumi seperti fenomena alam, kehidupan, aktivitas manusia dan juga teknologi. Dalam film ini, sang sutradara memoles teknik fotografi dan sinematografi, dengan gerakan lambat, *time-lapse*, audio sehingga memunculkan kesan sinematik yang bagus. Hal ini didukung dalam buku *Memahami Film*(2008:1) Pratista menjelaskan unsur sinematik merupakan aspek teknis dalam sebuah film. Unsur sinematik terbagi dalam empat elemen pokok yaitu *mise-en-scene*, sinematografi, editing, dan suara.

**b. Branded**

Gambar 3.3 : Branded (2012)  
(Sumber: [www.images.google.com](http://www.images.google.com))

Film ini berlatarbelakang di kota moskow Rusia, dimana dalam cerita nya mischa sebagai pemilik perusahaan periklanan berusaha memerangi dominasi kapitalisme berupa restoran cepat saji dengan cara mengiklankan makanan vegetarian dari investor china. Sebelumnya mischa berusaha memerangi dengan membuat acara *reality show* namun berakhir dengan pengasingan mischa ke peternakan piggiran Rusia. Dalam pengasingannya

mischa mengalami hal aneh sehingga dia bisa melihat makhluk-makhluk aneh. Ketika mischa kembali ke moskow, mischa dapat melihat makhluk-makhluk diatas restoran yang banyak dikunjungi, semakin banyak dikunjungi makhluk tersebut semakin besar.

Analisis data eksisting

Table 3.1 Analisis data eksisting

Video	Kelebihan	Kekurangan
<b>Samsara</b>	- Pengambilan gambar sangat bagus	- Warna cenderung datar
<b>Branded</b>	- Pemakaian Warna Sesuai mood	- pengambilan gambar kurang menarik

(Sumber: Olahan Peneliti)

Dari analisis data tersebut yang ada pada tabel, disimpulkan bahwa setiap video memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kelebihan dan kekurangan dari video tersebut akan dijadikan referensi serta bahan acuan dalam pembuatan karya.

### 3.3 Analisis Data

Teknis analisis data adalah mengkaji dan mempelajari data yang didapat untuk dikelompokkan, diurutkan, serta dipilah-pilah sehingga membentuk sebuah keteraturan data. Lalu dianalisis agar mudah dipahami dan dilakukan pencatatan dan

penarikan kesimpulan. Dalam tabel analisa data, data yang telah diperoleh dikelompokkan berdasarkan materi, kemudian data tersebut dipilah.

Tabel 3.2 Analisis Data

No	Materi	Sumber	Kesimpulan
1	Budaya Komsumtif -pola perilaku masyarakat berbudaya konsumtif	Wawancara -sosiolog	-materialistik - Harga
2	Budaya konsumtif pada pusat perbelanjaan di Surabaya	Observasi mengenai budaya konsumtif	-Kemewahan, - Gengsi
3	Pengertian budaya konsumtif	Studi literature buku serta internet.	-Status, - Ekspresi - gaya hidup.
4	Konsep cerita dan pengambilan gambar	Studi Eksisting Film Dokumenter Samsara	- Variasi Editing - variasi Gambar

### 3.4 STP

Segmentasi dan targeting dari sisi geografis ditujukan untuk masyarakat kota, karena tema dari tugas akhir ini adalah kehidupan masyarakat modern kota Surabaya. Dari sisi demografi masyarakat kota Surabaya masih terlalu luas, sehingga lebih ditargetkan kepada usia remaja sampai dewasa antara 17 – 30 tahun, karena usia remaja merupakan salah satu pasar yang potensial untuk perilaku konsumtif. sesuai dengan artikel yang dimuat dalam situs e-psikologi.com, menjelaskan pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros

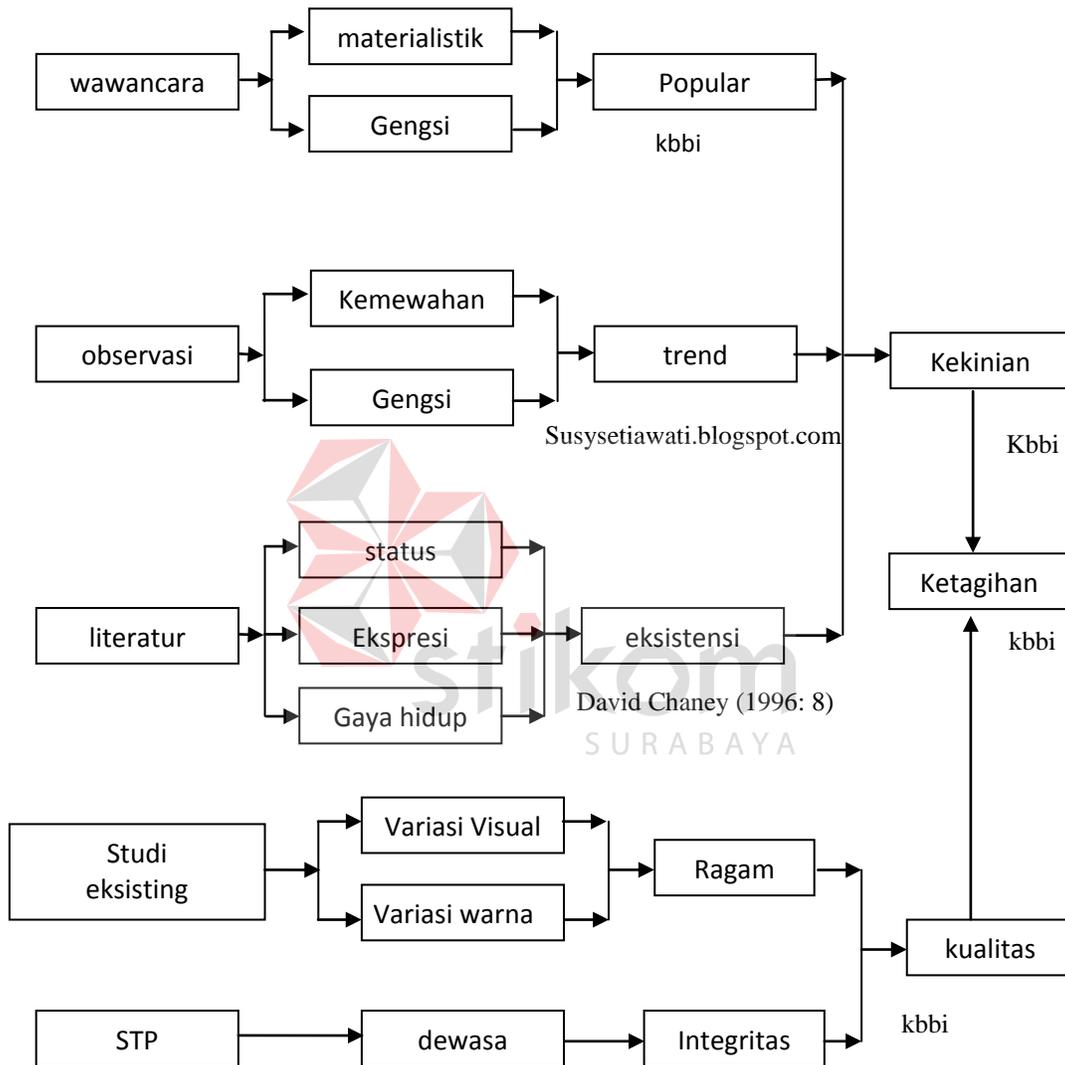
dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Dari sejumlah hasil penelitian, ada perbedaan dalam pola konsumsi antara pria dan wanita. Juga terdapat sifat yang berbeda antara pria dan wanita dalam perilaku membeli. Sedangkan positioning dalam STP ini dimaksudkan untuk menjadi sarana pendukung pengetahuan tentang budaya konsumtif dan hiburan.

Tabel 3.3 Analisis STP

<b>Segmentasi &amp; Targeting</b>	<b>Geografis</b>	<b>Masyarakat Kota Surabaya</b>
	<b>Demografi</b>	Usia : 18 tahun + Gender : Laki-laki , perempuan Jenjang pendidikan : mahasiswa / sederajat
	<b>Psikologi</b>	Kelas sosial : Menengah Gaya hidup : Dekat dengan teknologi modern
<b>Positioning</b>	Menjadi sarana pendukung pembelajaran sosial masyarakat	

3.5 Keyword

Bagan keyword



Gambar 3.4: Bagan *Keyword*

(Sumber : Olahan Peneliti)

Hasil dari analisis data yang di dapatkan beberapa kata di dalam Tugas Akhir. Terdapat lima kata diantaranya adalah hasil wawancara ditemukan *keyword* materialistic dan gengsi. Dua kata tersebut dipersempit lagi menjadi kata populer. Kata populer pada kbbs (<http://kbbs.web.id/populer>) berarti /po·pu·ler/ /populér/ dikenal dan disukai orang banyak (umum).

Kedua dari hasil observasi terdapat dua *keyword* kemewahan dan gengsi. Dua kata tersebut di persempit lagi menjadi trend. Susy Setiawati menjelaskan bahwa modernisasi memaksa individu dalam setiap masyarakat di dunia untuk condong kepada suatu trend yang tengah berlaku yang dalam hal ini biasanya adalah Negara-negara maju. Dalam masyarakat yang konsumtif, dapat mengasingkan seseorang yang mempunyai perilaku konsumtif dari tujuan hidup mereka yang sebenarnya. Ada beberapa faktor masyarakat menjadi konsumtif yaitu :

1. Diciptakan tren untuk membuat masyarakat melakukan pembelian.
2. Membeli barang sebagai *self reward system* (sistem pemberian upah) dan merayakan kebahagiaan atas kesuksesan yang di raih.
3. Pembelian barang bisa menyelesaikan semua masalah.
4. Identitas diri disetarakan dengan barang yang dimiliki.
5. Masyarakat hanya berfokus pada barang-barang yang mereka miliki.

Dengan adanya beberapa faktor di atas, maka dapat di lihat situasi yang ada di dalam masyarakat menuju pada perilaku konsumtif. Seseorang yang mempunyai perilaku konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan prestise yang

melekat pada barang tersebut. Hal ini di dukung berbagai bentuk rekayasa budaya yang dilakukan oleh kaum kapitalis adalah dengan cara memproduksi simbol-simbol kemewahan dan keanggunan, dan lain-lain agar di konsumsi oleh masyarakat. Bahkan seolah-olah dijanjikan bahwa barang siapa yang mengonsumsi produk tertentu maka status sosialnya lebih bergengsi atau berkelas.

Selanjutnya pada studi literature di dapatkan tiga kata yaitu status, ekspresi dan gaya hidup. Ketiga *keyword* tersebut di persempit kembali menjadi kata eksistensi. Menurut David Chaney dalam buku *lifestyles* (1996: 8) menjelaskan bahwa masyarakat akan terkondisikan untuk bergantung terhadap semua fasilitas yang disediakan. Masyarakat kini hampir tidak bisa lepas dari peran objek sebagai perumus eksistensi.

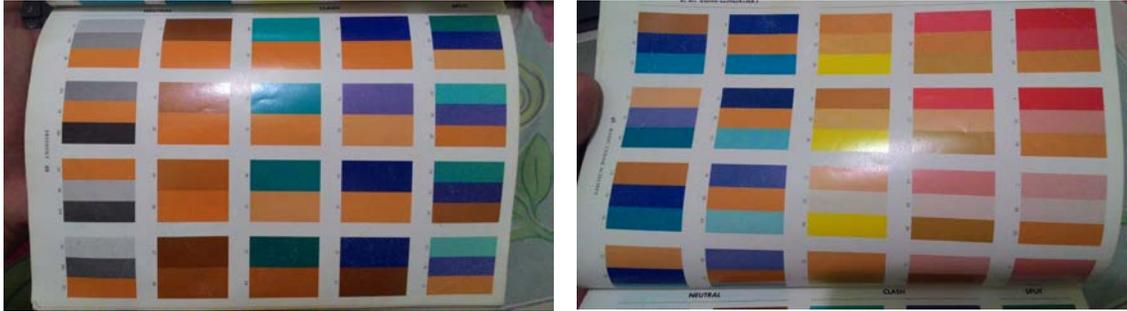
Pada hasil studi eksisting terdapat *keyword* variasi visual dan variasi editing dimana dalam studi komparator yang dituju adalah film dokumenter samsara. Dalam film dokumenter tersebut akan di tinjau dari variasi visual dan variasi editing sehingga *keyword* yang di ambil dari film tersebut adalah ragam yang memiliki arti macam jenis (<http://kbbi.web.id/ragam>). Dalam STP digunakan sebagai target yang akan dituju yaitu *keyword* dewasa, kemudian dipersempit kembali menjadi *keyword* integritas yang memiliki arti mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan, kejujuran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, (<http://kbbi.web.id/integritas>).

Kemudian, pada *keyword* populer, trend dan eksistensi diruncingkan kembali menjadi kata kekinian, menurut website kbbi (<http://kbbi.web.id/kini>), keninian berarti /ke·ki·ni·an/ n keadaan kini atau sekarang.

Setelah melakukan analisis dan meruncingkan *keyword* yang telah didapatkan dari teknik analisis, dua kata terakhir yaitu kekinian dan kualitas diruncingkan kembali menjadi kata ketagihan. Menurut kbbi (<http://kbbi.web.id/tagih>) kata ketagihan berarti (1) terus-menerus meminta (ingin). (2) merasa sangat ingin akan sesuatu karena sudah menjadi kebiasaan. Sehingga *keyword* akhir yang digunakan adalah kata ketagihan.

### 3.6 Analisis warna

Dalam *keyword* yang didapat di atas dimunculkan warna yang merepresentasikan ketagihan dalam pewarnaan atau *color grading* agar mendukung suasana sesuai dengan *keyword*. Pewarnaan akan di dominasi oleh warna yang mewakili ketagihan. Dalam hal ini Peneliti memakai warna friendly dengan mengutamakan warna warna yang cerah. Warna-warna friendly menurut Bride M. Whelan (1994: 46 – 48) meliputi warna orange, Biru, Coklat, Ungu dan merah. Warna tersebut akan dijabarkan dalam skema berikut.

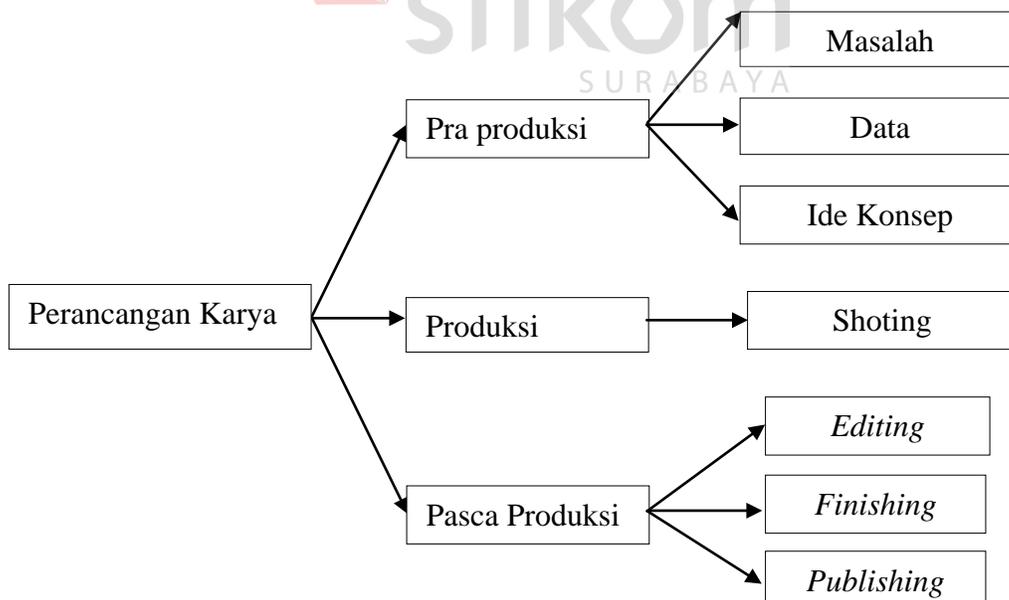


Gambar 3.5: Warna Orange

(Sumber: buku Color Harmony 2)

### 3.7 Perancangan Karya

Perancangan karya merupakan tahapan dalam pembuatan sebuah film. Pada tahap ini dibagi menjadi beberapa proses yaitu proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan bagan seperti di bawah ini.



Gambar 3.6 :Alur Perancangan Karya

(sumber: Olahan Peneliti)

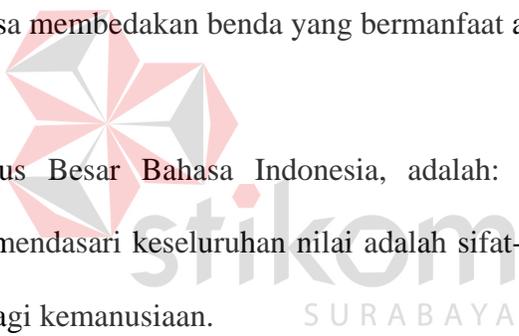
### 3.8 Pra Produksi

Pada proses pra produksi, terdapat beberapa aspek yang harus dilakukan sesuai bagan perancangan karya yang telah dibuat.

#### 1. Ide

Ide dalam pembuatan Tugas Akhir ini adalah mengulas masalah budaya konsumtif khususnya di kota Surabaya. Dengan melalui media film dokumenter bergenre *Association Picture Story* diharapkan penonton nantinya mampu mengetahui dan memahami bahwa budaya konsumtif sangat tidak bermanfaat karena tidak bisa membedakan benda yang bermanfaat atau tidak.

#### 2. Konsep

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah: *Konsep* adalah “konsep pertama yang mendasari keseluruhan nilai adalah sifat-sifat (hal-hal) yg penting atau berguna bagi kemanusiaan. 

Konsep pembuatan film ini diawali dari melihat banyaknya penjualan barang-barang serta banyaknya masyarakat yang terjerumus trend-trend yang sedang berlangsung sehingga menyebabkan masyarakat menjadi generasi konsumtif.

### 3. Treatment

Babak 1:

Surabaya merupakan kota metropolitan kedua di Indonesia. Ditandai dengan banyaknya pusat perbelanjaan.

1. Video gedung gedung kota Surabaya (beserta close up gedung, tilting serta timelapse awan diatas gedung)
2. Video kepadatan jalan raya menggunakan timelapse kamera obyektif dan kamera subyektif.
3. Shot mall dan gemerlap kota Surabaya.
4. Shot keramaian pusat perbelanjaan.

Babak 2:

Menampilkan kegermelapan tempat tempat serta pola konsumsi masyarakat yang berlebihan.

1. Shot etalase pada mall dan pusat perbelanjaan. Close up pada detail detail manekin.
2. Shot keramaian diskon pusat perbelanjaan.
3. Shot timelapse roda trolley. Dan isian pada trolley dengan barang-barang grosir

#### 4. Shot shot pengunjung yang membeludak

Babak 3:

Menampilkan efek akhir dari budaya konsumtif yang melanda di Surabaya.

1. Semiotika terikat dengan struk belanja. Menggunakan talent perempuan dengan membawa tas belanjaan dan pakaian branded. Kemudian terikat struk belanja.
2. End.

#### 4. Sinopsis

Surabaya merupakan kota metropolis terbesar ke dua di Indonesia, namun kehidupan masyarakat Surabaya makin tidak realistis, karena tuntutan perkembangan jaman yang menjadikan masyarakat Surabaya menjadi konsumtif pada fashion dan gadget serta mengikuti trend yang sedang “kekinian”.

Film ini berusaha menampilkan kehidupan masyarakat konsumtif serta akibat akibatnya secara lebih dekat.

#### 5. Persiapan Teknis

Persiapan teknis meliputi persiapan peralatan produksi dan pemilihan tim produksi dalam pembuatan video.

- a. Alat yang digunakan, Yaitu:
  - 1) 1 Kamera Nikon d7000

- 2) 1 Ponsel Android Asus
- 3) 1 Lensa Nikon 18 – 105 mm
- 4) 1 Tripod
- 5) 2 Memory SD Card
- 6) 1 Memory Micro SD

b. Tim Produksi

- 1) Eksekutif Produser : Esi
- 2) Produser, sutradara, naskah, Editor : Guntur Kresno I
- 3) DOP : Guntur Kresno I  
Dimas Adi W. U
- 4) Cameraman : Guntur Kresno I  
Sonya Ratnya Aryananta
- 5) Musik : Fergie Verantianes

## 6. Penjadwalan

Sebuah produksi video membutuhkan waktu yang panjang, maka diperlukan penjadwalan yang disesuaikan dengan ketersediaan lokasi dan perijinan yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan produksi.

Tabel 3.4 Jadwal Kerja

No	Kegiatan	1				2				3				4				5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep	■	■	■																	
2	Observasi subyek			■	■	■	■	■	■												
3	Pengambilan gambar					■	■	■	■	■	■	■									
4	editing									■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Suara													■	■	■	■				
6	Final finishing																	■			
7	publikasi																		■	■	

## 7. anggaran Produksi

Dalam proses pembuatan video Dokumenter dibutuhkan anggaran dalam proses produksinya. Berikut merupakan tabel anggaran dana Produksi.

Tabel 3.5 Anggaran Produksi

No	Kebutuhan	Harga	Qty	Total	Subtotal
Pra Produksi					
1	Koneksi Internet	200.000	1	200.000	350.000
2	Buku	100.000	1	100.000	
	Cetak Proposal	50.000	1	50.000	
Pembelian dan Pembuatan Alat Produksi					
	Sandisk Ultra 16 gb	225.000	2	450.000	1.850.000
	Tripod excel	550.000	1	550.000	

	Harddisk External	850.000	1	850.000	
Produksi					
	BBM	50.000	1	50.000	110.000
	Makan	20.000	3	60.000	
Pasca Produksi					
	Editing	150.000	1	150.000	2.800.000
	Cetak Laporan	500.000	1	500.000	
	Jilid Laporan	75.000	4	300.000	
	Cetak Poster dan Souvenir	350.000	1	350.000	
	Pameran	1.500.000	1	1.500.000	
Grand total					5.110.000

### 3.9 Produksi

Dari skema perancangan karya di atas Peneliti melakukan berbagai tahap produksi dengan melakukan proses persiapan alat dan *shooting* di lokasi-lokasi yang telah direncanakan sebelumnya

### 3.10 Pasca Produksi

Tahap publikasi akan dilakukan Pameran karya sebagai syarat presentasi Tugas Akhir. Media yang akan digunakan untuk publikasi adalah poster, merchandise dan

DVD (cover depan dan cover cakram). Pembuatan media publikasi film dokumenter ini diperlukan beberapa proses, antara lain menentukan konsep. Berikut adalah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam persiapan melakukan tahap publikasi:

### 1. Poster



Gambar 3.7 Sketsa Poster

(Sumber: Olahan Peneliti)

## 2. Cover DVD



Gambar 3.8 Sketsa Cover DVD

(Sumber: Olahan Peneliti)

## 3. Cakram DVD



Gambar 3.9 Sketsa Cakram DVD

(Sumber: Olahan Peneliti)