



BAB I PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, televisi tidak lagi menjadi satu-satunya wadah dalam memberikan tayangan dan yang didalamnya termasuk penyebarluasan informasi akan suatu kejadian ataupun penayangan hiburan yang dapat dikonsumsi oleh publik. Media telah bertransformasi pada ranah digital ditambah dengan adanya perkembangan internet, yaitu munculnya *platform* media yang menyediakan tayangan guna dikonsumsi secara massal. Dengan adanya *platform* tersebut, maka publik dapat mengonsumsi tayangan-tayangan berupa video dengan mudah. Lahirnya *platform* media yang menyediakan layanan penayangan video tersebut membuat publik dapat mengekspresikan dirinya secara langsung tanpa harus melewati proses audisi maupun birokrasi dalam industri *entertainment*. Dunia kreativitas yang semakin berkembang ini kemudian dimanfaatkan oleh para *content creator* dalam menciptakan dan menyalurkan kreativitasnya untuk berinteraksi dengan masyarakat luas, salah satunya adalah perkembangan kreativitas pada konten yang ada di media YouTube.

Dengan adanya YouTube, maka masyarakat dapat mengakses konten-konten video dengan mudah, terutama bagi individu yang mempunyai kepemilikan terhadap *gadget* atau komputer yang terkoneksi dengan internet. Kesempatan yang diberikan oleh YouTube tersebut merupakan salah satu wadah bagi individu untuk dapat melakukan *mass-self communication*. Castells dalam Vaagan (2011, diakses 5 Januari 2022) menyebutkan bahwa *mass-self communication* merujuk pada adanya ekspresi dan juga pertunjukan kreatif dari individu yang kemudian disebar, lalu menjadi konsumsi publik dan menjadi bagian dari kebudayaan. Terlebih lagi, McQuail dalam Cecariyani dan Sukendro (2018, diakses 8 Januari 2022) menyebutkan bahwa penggunaan *platform digital* seperti YouTube perihal komunikasi massa tersebut merupakan salah satu bentuk dari *New Media* yang kerap

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan kemajuan teknologi digital untuk industri hiburan. Hal tersebut terkait pula dengan pernyataan Kaplan dan Halein dalam Chandra (2017, diakses 5 Januari 2022) yang merujuk pada adanya *platform* media sebagai wadah untuk membagikan konten kepada jejaring sosial maupun sebagai konsumsi publik. Merujuk pada penjelasan di atas, dalam konteks kebudayaan India itu sendiri, industri budaya India yang biasa disebut dengan Bollywood ini mulai masuk ke Indonesia, salah satunya melalui program acara yang berhubungan dengan India, seperti film atau sinetron India. Bollywood menjadi dikenal sebagai sebutan untuk produk hiburan khususnya film atau sinetron India.

Industri film India ini mampu menarik masyarakat dunia khususnya Indonesia dengan seni peran yang menarik serta seni tari yang juga menjadi unsur film tidak bisa dipisahkan, ditambah dengan unsur budaya India yang unik, khas, dan menarik. Faktor lain yang mampu membuat industri Bollywood digemari oleh masyarakat adalah kisah yang diangkat ke dalam film atau sinetron India yang terasa relevan dengan kehidupan nyata, seperti konflik keluarga, percintaan, maupun persaudaraan. Industri Bollywood merupakan industri hiburan yang berasal dari Kota Mumbai, India, yang memproduksi beragam kreasi seni seperti drama atau teater musikal yang menggabungkan budaya India itu sendiri. India merupakan salah satu produsen film terbesar di dunia, dan Bollywood merupakan industri film terbesar yang menggunakan bahasa Hindi (*MasterClass*, 2017, diakses 4 Januari 2022). Salah satu hal yang membuat Bollywood menarik adalah mereka menggabungkan akting dengan seni tari, nyanyian dan musik yang menggambarkan jalan cerita dari film atau sinetron itu sendiri. Industri Bollywood tersebut kemudian diperkenalkan ke Indonesia dan pada akhirnya menjadi salah satu bentuk hiburan yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia; hal tersebut berkaitan juga dengan hubungan yang baik antara India dan Indonesia.

Hal Cipta Milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Ditinjau Undang-Undang

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKG.



Oleh karena itu, masyarakat Indonesia sekiranya tidak asing dengan adanya kebudayaan dan demam India yang terjadi. Kebudayaan India tersebut sudah dipertukarkan di Indonesia dalam waktu yang lama dan masih diproduksi hingga saat ini. Sebelumnya, MNC TV pada tahun 1990-an seringkali menayangkan serial India seperti Ramayana dan Mahabarata, lalu RCTI dan SCTV pun juga ikut menayangkannya.

Dengan munculnya “demam India” pada era 1990-an, stasiun TV lain pun juga mengikuti untuk membuat slot khusus untuk serial dan film India yang tayang pada *prime time*, contohnya, RCTI dengan Layar Emas Bollywood, dan SCTV dengan Gala Bollywood.

Namun, tren Bollywood ini memudar di era tahun 2000-an digantikan oleh tayangan-tayangan lokal yang memenuhi layar kaca Indonesia (Irfani, 2015, diakses 8 Januari 2022).

Hingga akhirnya pada tahun 2014an, “demam India” muncul kembali ke televisi Indonesia.

Dengan besarnya antusias masyarakat terhadap tayangan-tayangan Bollywood yang muncul di Indonesia, hal ini tentu membuat munculnya penggemar-penggemar setia Bollywood. Penggemar ini memiliki cara mereka masing-masing untuk menunjukkan kecintaannya terhadap artis Bollywood. Salah satunya seorang perempuan Indonesia pada tahun 2016 rela pergi ke India hanya untuk bertemu dan memberikan surat kepada idola Bollywoodnya, yaitu Shah Rukh Khan (Dewi, 2016).

Penggemar artis Bollywood di Indonesia memiliki perkumpulan atau komunitas seperti Bollywood Mania Club Indonesia (BMCI) yang mana pada tahun 2018 telah memiliki sebanyak 68.924 anggota di *Facebook* dari seluruh Indonesia dan sering kali mengadakan *gathering* sesama penggemar. Penggemar Bollywood mencari segala cara untuk dapat lebih mengenal tentang artis kesukaannya. Selain itu, mereka juga akan membeli barang yang berkaitan tentang sang idola dan mendukung segala aktivitas artis idolanya (Maharani, Sitasari dan Safitri, 2020, diakses 8 Januari 2022).



Merujuk pada konteks kedaerahan, di daerah Medan, terdapat sebuah kampung India yang dijuluki sebagai *Little India* atau disebut juga dengan beberapa istilah lain seperti Kampung Madras (dahulu sempat disebut juga Kampung Keling). Perubahan nama menjadi kampung Madras tersebut terjadi ketika warga-warga lokal yang berada di Medan berusaha untuk mengaitkan asal muasal para orang keturunan India (terutama yang berasal dari suku Tamil) yang telah menetap di kampung tersebut dalam waktu yang lama. Nama dari Kampung Keling menjadi Kampung Madras tersebut juga menjadi salah satu langkah warga lokal untuk mengeliminasi indikasi ejekan berbasis etnisitas yang sebelumnya pernah disematkan oleh beberapa warga lokal lainnya.

Eksistensi orang India, khususnya suku Tamil di Medan sendiri ternyata sudah ada sejak pertengahan abad ke-19, yang mana saat itu daerah Medan dianggap sebagai daerah yang dapat memberikan “berkah” dan/atau “rejek” bagi para pendatang mengingat adanya penduduk dalam jumlah yang cukup besar, daya beli, serta adanya sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan oleh pendatang. Pada saat itu, suku Tamil masuk ke daerah Medan bersamaan dengan etnis lainnya seperti etnis Tionghoa, Arab dan beberapa etnis Eropa yang berdatangan dengan tujuan untuk memanfaatkan sumber daya alam atau melakukan ekspansi pengaruh, ditambah lagi saat itu Medan yang dipimpin oleh Sultan Deli membuka peluang bagi para pendatang, tak terkecuali etnis Tamil yang berasal dari India untuk menjalin hubungan perdagangan dengan warga lokal di Medan (Kumar, 2009:28-30).

Kedatangan etnis Tamil tersebut tentunya memberikan pengaruh terhadap perkembangan kebudayaan India yang terdapat di daerah Medan, yang mana interaksi sosial yang terjadi antara orang-orang India, khususnya beretnis Tamil dengan warga lokal di Medan menimbulkan adanya pertukaran budaya (*cultural exchange*). Masyarakat suku Tamil yang berada di Medan, menurut Damanik (2019:52-55) berusaha untuk tetap eksis hingga saat ini di Medan dengan menyesuaikan dengan cara interaksi masyarakat lokal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(warga-warga yang berasal dari etnis asli Indonesia) yang dikukuhkan dengan adanya hubungan perdagangan serta pertukaran budaya dengan tetap menunjukkan ciri khasnya sebagai orang yang berasal dari etnis Tamil yang kerap kali disamaratakan oleh orang Indonesia sebagai “orang India”.



Gambar 1.1.
Kampung Madras di Medan
Sumber: Beberapa Situs dari Google

Berdasarkan adanya eksistensi orang India, terutama masyarakat Tamil yang berada di Indonesia, khususnya di Medan, hal tersebut berpengaruh terhadap bentuk-bentuk ekspresi dan apresiasi terhadap kebudayaan India yang kemudian dilimpahkan dalam bentuk produk-produk, salah satunya video dalam menunjukkan kegemaran terhadap kebudayaan India. Salah satu cara penggemar dalam menunjukkan kecintaannya terhadap industri Bollywood adalah dengan membuat sebuah karya. Misalnya, menggambar wajah sang idola, atau membuat sebuah video klip parodi seperti yang dilakukan oleh Fathan Dasopang. Melalui kanal YouTube-nya, Fathan telah memproduksi banyak video klip parodi dari serial India. Salah satu video klip parodi yang dibuat oleh Fathan adalah *Soni Soni*, dari film India berjudul *Mohabbatein* yang rilis pada tahun 2000 dan diperankan oleh Shah Rukh Khan. Pembuatan video klip tersebut merupakan upaya yang dilakukan oleh Fathan Dasopang untuk mengekspresikan ketertarikannya terhadap industri hiburan India. Berbicara mengenai persebaran konten yang terdapat di YouTube itu sendiri, video parodi yang berisikan



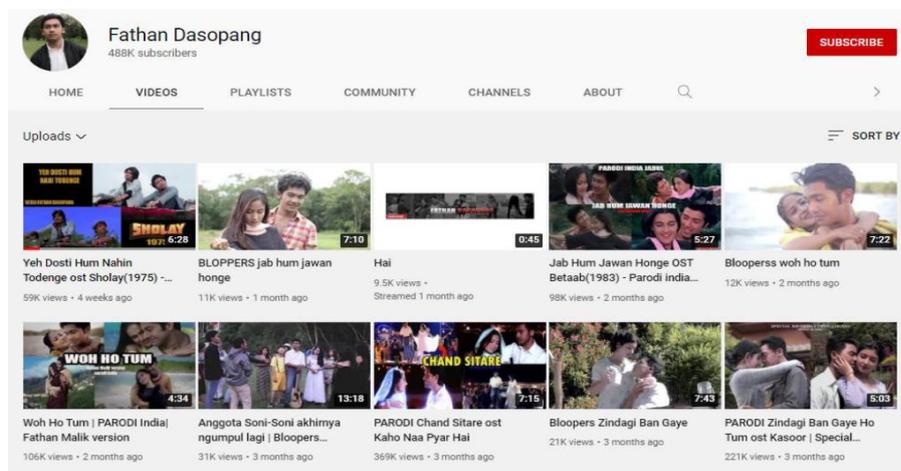


peniruan terhadap video-video yang pernah dirilis dalam industri hiburan dunia telah menjadi salah satu pilihan yang diminati oleh banyak pembuat konten YouTube.

Video klip parodi Soni Soni yang diunggah pada tahun 2020 ini telah menarik sebanyak 20 juta penonton dan kurang lebih 89 ribu komentar di Youtube. Video klip ini telah diapresiasi positif dari masyarakat karena dianggap kreatif dalam menirukan dan dianggap mirip dengan video klip aslinya meskipun koreografi tarian yang cukup rumit dan membutuhkan banyak pemeran didalamnya. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh penulis terhadap Fathan Dasopang, beliau mengatakan bahwasannya parodi dari video klip “Soni-Soni” tersebut bertujuan untuk memperkaya industri hiburan di Indonesia, terutama pada pasar hiburan India yang terdapat di Indonesia. Fathan Dasopang juga mengatakan bahwasanya pembuatan video tersebut merupakan salah satu bentuk ketertarikannya dengan industri hiburan India, ditandai juga dengan banyaknya video di kanal YouTube nya yang menampilkan video-video bernuansa India. Sebagai informasi tambahan, mengingat video parodi yang dibuat oleh Fathan Dasopang tersebut merujuk pada salah satu video pada film Mohabbatein, dapat dikatakan bahwa hal tersebut dapat menjadi bagian dari perkembangan Bollywood di Indonesia. Mengingat Shah Rukh Khan merupakan salah satu aktor Bollywood paling terkenal di dunia dan tentunya memperoleh kepopuleran dalam tingkat yang tinggi di kalangan pencinta industri Bollywood di Indonesia (Susanti, 2018, diakses 8 Januari 2022). Maka dari itu hal tersebut dapat menjadi salah satu faktor Fathan Dasopang membuat parodi dari video klip “Soni-Soni”.

Tidak hanya penonton Indonesia, parodi video klip Soni Soni ini juga menarik masyarakat luar negeri dan mereka juga memberikan apresiasi untuk para kru yang membuat video klip ini. Bahkan terlihat orang India juga memberikan dukungan melalui komentar. Mulai dari koreografi, riasan wajah, *hairstyles*, penata baju, properti, hingga sinematografinya dianggap sangat sesuai dengan video asli yang diperani oleh Shah Rukh

Khan. Hal ini tentu membutuhkan inovasi dalam sinematografi sebelum pembuatan video klip agar menarik dan sesuai dengan tujuan dari pembuatnya. Salah satu jenis video yang diminati masyarakat untuk dilihat di Youtube adalah video parodi (Nabilla dan Putra, 2019, diakses 8 Januari 2022). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka hal tersebut menjadi salah satu faktor mengapa video parodi “Soni-Soni” yang dibuat oleh Fathan Dasopang mencapai lebih dari 20 juta *views* dan bahkan hingga saat ini menjadi video dengan *views* terbanyak dari akun kanal YouTube Fathan Dasopang.



Gambar 1.2.
Kanal YouTube Fathan Dasopang
Sumber: Akun YouTube Fathan Dasopang

Mengingat banyaknya jumlah penayangan atau *views* dari video parodi “Soni-Soni” tersebut, maka peneliti merasa bahwa dalam pembuatan video tersebut terdapat elemen sinematografi yang terdiri dari strategi dalam pembuatan konten itu sendiri, serta analisis pasar yang dilakukan oleh Fathan Dasopang dan tim produksi video yang mengikutinya. Dengan mengetahui proses dalam perancangan sinematografi yang dilakukan oleh pembuat konten, terutama yang dilakukan oleh kanal YouTube tertentu, maka pendekatan mengenai sinematografi yang dilakukan oleh beberapa *content creator* dapat diidentifikasi dan dapat menjadi acuan bagi berbagai pihak dalam pembuatan konten yang nantinya dikonsumsi oleh



1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

publik (Cecariyani dan Sukendro, 2018, diakses 8 Januari 2022). Video yang dibuat oleh Fathan Dasopang tersebut juga mengundang reaksi dari berbagai individu. Bahkan terdapat beberapa akun YouTube yang membuat video *reaction* atas video klip parodi “Soni-Soni” karya Fathan Dasopang. Salah satu video *reaction* berasal dari akun YouTube asal Indonesia yang bernama “Diyu KiKookie SRKian” dengan judul “*PARODI SONI-SONI from Mohabbatein | Fathan Malik | Incredible Efforts | Proud Indonesian | REACTION*” yang menampilkan dirinya bereaksi dengan nuansa bangga terhadap video klip parodi “Soni-Soni” karya Fathan Dasopang.



Gambar 1.3.
Reaksi Akun “Diyu KiKookie SRKian” terhadap Video Klip Parodi “Soni-Soni” Fathan Dasopang
Sumber: *Screenshot Search YouTube*

Adanya jumlah *views* yang mencapai lebih dari 18 juta menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh Fathan Dasopang menjadi cerminan masih diminatinya kebudayaan India di Indonesia, meskipun sekarang tayangan-tayangan India sendiri bukan menjadi sesuatu yang *hype* terutama sejak era 2020-an ke atas ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun sedang tidak *hype*, kebudayaan India masih diminati oleh sejumlah besar orang Indonesia, khususnya bagi penikmat kebudayaan India yang juga aktif menggunakan media sosial, terutama YouTube. Tidak hanya reaksi dari lokal, video klip parodi “Soni-Soni” juga mengundang reaksi dari orang luar negeri, yaitu Pakistan dan juga negara asal dari video klip “Soni-Soni” itu sendiri yaitu India. Mereka menunjukkan adanya apresiasi terhadap Fathan Dasopang atas upaya yang dilakukannya bersama dengan timnya untuk dapat



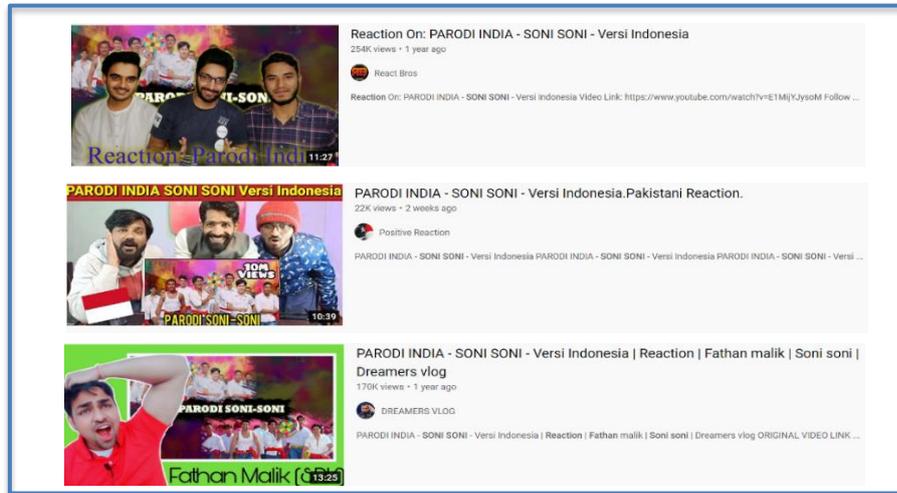


menyerupai elemen-elemen serta *scene* yang terdapat di dalam video klip “Soni-Soni” yang asli.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 1.4.

Video *Reaction* dari YouTuber Pakistan dan India terhadap Video Klip Parodi “Soni-Soni” yang dibuat oleh Fathan Dasopang
Sumber: *Screenshot* Pencarian YouTube

Berdasarkan bukti-bukti adanya video reaksi dari dalam negeri maupun luar negeri, hal tersebut menunjukkan bahwasanya video klip parodi “Soni-Soni” yang dibuat oleh Fathan Dasopang mengundang banyak orang untuk kemudian mereproduksi video tersebut dengan memodifikasinya menjadi video *reaction*. Hal tersebut menunjukkan bahwa YouTube merupakan salah satu media sosial yang dapat memudahkan orang-orang untuk dapat membuat konten serta menjadi contoh adanya konten yang semakin luas dalam segi jangkauan. Fathan Dasopang dipercayai memperoleh jangkauan yang lebih luas lagi mengingat video yang dibuatnya telah mencapai pasar yang lebih luas karena adanya video *reaction* dari orang lain. Fathan Dasopang mendapatkan rekognisi secara Internasional terutama dari Pakistan dan India mengingat video klip parodi “Soni-Soni” yang dibuatnya berasal dari film Mohabbatein yang merupakan salah satu konten hiburan populer di negara Pakistan maupun India.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain itu, dengan mempertimbangkan Teori Sinematografi yang terdiri dari 7 elemen yaitu *spines* (inti cerita), *character* (tokoh), *situation* (situasi), *dynamic relations* (hubungan dinamis), *wants* (keinginan), *expectations* (ekspektasi) dan *actions* (aksi/tindakan). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerapan 7 elemen tersebut memproses pembuatan video klip parodi “Soni-Soni” oleh Fathan Dasopang. Dengan mengacu pada teori sinematografi tersebut, maka penelitian ini dapat menunjukkan pentingnya penerapan teori sinematografi dalam pembuatan suatu konten sehingga proses yang terjadi di dalam pembuatan video tersebut dapat dianalisis.

Peneliti berhipotesis bahwa sinematografi memiliki kaitan dengan komunikasi. Pada dasarnya, komunikasi merupakan seni penyampaian informasi dari individu kepada individu lainnya atau dari individu ke kelompok; namun dapat juga dari kelompok ke individu maupun kelompok ke kelompok. Dalam arti yang lebih luas, komunikasi dapat dilakukan dari individu atau kelompok kepada publik dalam jumlah yang besar atau masif. Dalam hal ini, konten audiovisual salah satunya seperti film dan/atau video berisikan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya yang didistribusi atau dikomunikasikan secara massal kepada publik melalui bantuan Internet dan secara khusus, *platform* media sosial yang menyediakan fitur unggah. Publik cenderung untuk menyukai video yang menarik dan edukatif dan atau unik. Ketertarikan terhadap video yang unik pada umumnya terjadi atas dasar kebutuhan akan hiburan. Maka dari itu, untuk dapat menyampaikan dan/atau mengkomunikasikan pesan dalam film dan/atau video yang baik, diperlukan adanya penerapan elemen sinematografi menurut Proferes sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh produser film dan/atau video dapat tersampaikan dengan efektif terhadap publik yang menjadi audiens tujuan. Dalam hal ini, elemen sinematografi dihipotesiskan memiliki relevansi yang kuat terhadap komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan elemen sinematografi menurut Proferes dalam pembuatan video klip parodi India “Soni-Soni” di kanal YouTube Fathan Dasopang?”

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa semakin bebasnya gerak arus perkembangan teknologi dan informasi membuat para *content creator* seperti Fathan Dasopang harus berpikir lebih kreatif lagi dalam menentukan strategi konsep konten yang ingin dibuat, karena para audiens tentunya ingin melihat konten yang menarik. Dengan demikian maka peneliti mengidentifikasi penjabaran dari fokus penelitian yang lebih spesifik, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan elemen *spines* (inti cerita) dalam video klip parodi “Soni-Soni”?
2. Bagaimana penerapan elemen *character* (tokoh) dalam video klip parodi “Soni-Soni”?
3. Bagaimana penerapan elemen *situation* (situasi) dalam video klip parodi “Soni-Soni”?
4. Bagaimana penerapan elemen *dynamic relations* (hubungan dinamis) dalam video klip parodi “Soni-Soni”?
5. Bagaimana penerapan elemen *wants* (keinginan) dalam video klip parodi “Soni-Soni”?



6. Bagaimana penerapan elemen *expectations* (ekspektasi) dalam video klip parodi

“Soni-Soni”?

7. Bagaimana penerapan elemen *actions* (aksi/tindakan) dalam video klip parodi “Soni-

Soni”?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan elemen *spines* (inti cerita) dalam video klip parodi

“Soni-Soni.”

2. Untuk mengetahui penerapan elemen *character* (tokoh) dalam video klip parodi

“Soni-Soni.”

3. Untuk mengetahui penerapan elemen *situation* (situasi) dalam video klip parodi

“Soni-Soni.”

4. Untuk mengetahui penerapan elemen *dynamic relations* (hubungan dinamis)

dalam video klip parodi “Soni-Soni.”

5. Untuk mengetahui penerapan elemen *wants* (keinginan) dalam video klip parodi

“Soni-Soni.”

6. Untuk mengetahui penerapan elemen *expectations* (ekspektasi) dalam video klip

parodi “Soni-Soni.”

7. Untuk mengetahui penerapan elemen *actions* (aksi/tindakan) dalam video klip

parodi “Soni-Soni.”

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian-kajian mengenai sinematografi dalam proses pembuatan video klip. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian sejenis yang dilakukan di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru dan mendalam mengenai penerapan elemen sinematografi serta tujuan seseorang dalam membuat video klip parodi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi *content creator* YouTube lainnya di masa yang akan datang dalam membuat video klip parodi, khususnya parodi video klip India. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi kru dari suatu *content creator* untuk kemudian dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pembuatan video, terutama pada bagian sinematografi, baik secara teknis dari sinematografi itu sendiri maupun dalam penyusunan konsep sinematografi di masa yang akan datang, serta dapat juga menjadi bahan bagi tim produksi video dalam menganalisis dan evaluasi video parodi “Soni-Soni” yang telah dibuat mereka dengan potensi untuk menemukan solusi dari beberapa permasalahan, baik secara teknis maupun secara proses kerjanya. Dan penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk masyarakat secara umum yang tertarik dengan ranah sinematografi, pembuatan konten berupa video dengan intensi untuk hiburan publik serta bagi orang-orang yang akan mencoba untuk membuat konten berupa video untuk hiburan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.