

PERANCANGAN FILM PENDEK YANG BERJUDUL “ASK MYSELF”

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain
Universitas Bunda Mulia

Jl. Lodan Raya No. 2 Ancol, Jakarta Utara 14430

E-mail : s34170029@student.ubm.ac.id, No Hp : 081381546668

ABSTRAK

Artikel ini ditujukan kepada masyarakat khususnya mahasiswa/i yang masih terjebak dalam perilaku konsumtif dimana adanya teknologi yang semakin canggih membuat semua hal menjadi lebih praktis seperti dalam hal menyampaikan informasi melalui film dan berbelanja *online* terutama dimasa pandemi ini. Adanya pengetahuan yang kurang dalam mengelola keuangan serta ketidakmampuan dalam mengontrol diri terhadap lingkungan serta promo atau diskon yang ditawarkan, membuat masyarakat berperilaku konsumtif dan menghabiskan uang mereka sebelum akhir bulan terutama dikalangan remaja akhir dengan rentang umur 17-25 tahun. Dimana remaja akhir mengalami peningkatan kebutuhan dan menyebabkan mereka terpengaruh dengan lingkungan sekitar khususnya teman sebaya. Tak hanya sebagai hiburan, film pendek dapat digunakan sebagai media informasi yang semakin diminati oleh masyarakat. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam artikel ini. Dan dapat disimpulkan bahwa memberikan sebuah informasi untuk menghimbau dan mengedukasi masyarakat luas terutama yang berusia 17-25 tahun, yang masih terjebak dalam perilaku konsumtif untuk dapat mengetahui cara mengurangi atau mengatasi hal tersebut melalui media film pendek.

Kata Kunci: Film pendek, perilaku konsumtif, belanja *online*, kontrol diri, menabung

ABSTRACT

This article is aimed at the public, especially students who are still trapped in consumptive behavior where increasingly sophisticated technology makes things more practical, such as in terms of conveying information through films and shopping online, especially during this pandemic. There is a lack of knowledge in managing finances and an inability to control yourself about the environment and the promos or discounts offered, making people behave consumptively and spend their money before the end of the month, especially among late adolescents with the age range of 17-25 years. Where late teens have increased needs and cause them to be affected by the surrounding environment, especially peers. Not only as entertainment, short films can be used as a medium of information that is increasingly in demand by the public. The author uses a qualitative research method with a descriptive approach in this article. And it can be concluded that providing information is to urge and educate the public, especially those aged 17-25 years, who are still trapped in consumptive behavior to be able to find out how to reduce or overcome this through short film media.

Keywords: *Short films, consumptive behavior, online shopping, self-control, saving*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, seperti di dalam bidang komunikasi, memudahkan masyarakat untuk saling terhubung satu sama lain, serta dalam melakukan aktivitas mereka. Media sosial merupakan salah satu media komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pada tahun 2016, media sosial digunakan oleh masyarakat untuk saling berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan (Ambar, 2017). Media sosial kerap dimanfaatkan sebagai peluang bisnis oleh para pebisnis untuk memasarkan produk-produknya. Selain menggunakan sosial media, para pebisnis bergabung dengan *marketplace* dimana mereka dapat menjual produk dan dapat diakses oleh masyarakat dengan lebih mudah.

Berdirinya *marketplace*, dimana para pebisnis dapat menjual berbagai macam produk dari kebutuhan masyarakat hingga produk lainnya. Menurut Apriadi dalam jurnalnya, mengatakan bahwa *marketplace* adalah sebuah tempat untuk memasarkan produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dengan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi et al., 2017).

Seiring dengan perkembangan arus globalisasi yang semakin pesat, memberikan dampak dalam kehidupan sehari-hari

masyarakat terutama dalam gaya hidup dikalangan mahasiswa. Di usia remaja akhir menuju dewasa awal, mahasiswa harus mulai hidup mandiri dan mampu mengatur atau memilih gaya hidupnya untuk kelangsungan hidup mereka. Mahasiswa dikategorikan sebagai remaja akhir yang mana sesuai dengan klasifikasi umur yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan RI pada tahun 2009 dimana umur masa remaja akhir adalah 17-25 tahun (Amin & Juniati, 2017). Menurut Ballarotto, Volpi, dkk (2018), selama masa remaja terdapat peningkatan kebutuhan serta kemandirian dari orang tua, hal ini membuat remaja harus beradaptasi kembali dengan hubungan dari lingkungan teman seumuran (Ballarotto, 2018). Ramya & Ali (2019) menyatakan bahwa, faktor sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sebagian besar mahasiswa untuk melakukan perilaku konsumtif (Pangestuti, 2019).

Dengan teknologi canggih yang ada, para mahasiswa dapat membeli barang keinginan mereka dengan *online shopping* di *marketplace*. Hal tersebut dikarenakan *online shopping* memiliki keuntungan tersendiri bagi pembeli yaitu baik hemat waktu, hemat biaya, maupun hemat tenaga, serta kualitas

barangnya terjamin. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Siska pada tahun 2016 dalam jurnal fatmawati pada tahun 2020, bahwa sebagian besar mahasiswa menginginkan cara cepat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga tidak membuang banyak waktu dan tenaga (Fatmawati, 2020).

Adanya *pandemi Covid-19* pada masa sekarang ini, membuat masyarakat tidak dapat pergi keluar rumah dengan bebas. Untuk dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka di masa pandemi ini, *online shopping* merupakan salah satu solusi terbaik untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. CNN Indonesia menulis bahwa Kemenkominfo menyatakan aktivitas belanja *online* naik 400 persen selama masa pandemi (CNN Indonesia, 2020). Meskipun *online shopping* sangat bermanfaat di masa pandemi ini, hal tersebut dapat memicu perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa yang lebih sering beraktifitas dengan sosial media. Mereka tidak berbelanja sesuai kebutuhan, namun untuk memenuhi hasrat keinginan. Perilaku konsumtif saat memilih barang memperlihatkan adanya pengaruh dari modernisasi, di mana kegunaan suatu barang tidak dipedulikan dan *tren* barang tersebut menjadi alasan utama dalam dipilihnya (Wahyuni, 2016).

Terdapat buku yang membahas mengenai pola hemat namun audiens tetap

dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Yaitu buku karya John Afifi yang berjudul “Bisa Saving tapi tetap Shopping”. Dimana dia menuliskan langkah-langkah yang dapat di aplikasikan dalam kehidupan agar audiens dapat memiliki tabungan untuk masa depan namun tetap bisa membeli barang yang sangat diinginkan. Buku tersebut digunakan dalam penelitian ini karena merupakan buku terbitan tahun 2018 yang sudah sesuai dengan gaya hidup mahasiswa di era ini, dimana tidak hanya memberikan tips untuk hidup hemat, tetapi buku tersebut memberitahukan bagaimana cara mengatur keuangan yang memang harus sudah diketahui oleh kalangan mahasiswa.

Perkembangan teknologi juga berdampak pada media elektronik, yang merupakan media yang efektif serta menarik dalam menyampaikan informasi karena disampaikan dengan *audio* dan *visual*. Effendy di tahun 1986, menyatakan bahwa film adalah salah satu media komunikasi *audio visual* yang memiliki fungsi menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain atau sekelompok orang. Film pendek berkembang pesat seiring dengan media sosial, dimana media sosial dapat digunakan untuk memperlihatkan film

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “*Ask Myself*”

pendek seperti di platform youtube, instagram, dan lain-lain. McQuail dalam bukunya (2010) menulis bahwa pesan yang ada didalam film muncul dari keinginan untuk memperlihatkan kondisi masyarakat dan bahkan dapat bersumber dari keinginan untuk memanipulasi (McQuail’s, 2010).

Genre drama bertujuan mengajak penonton ikut merasakan kejadian yang dialami tokohnya, sehingga penonton merasa seakan-akan berada di dalam film tersebut. Karena genre drama mencakup setting, tema-cerita, karakter, serta suasana cerita dekat dengan kehidupan nyata atau sehari-hari, sehingga mudah di terima audience. Konflik yang ada di dalam genre drama bisa terbentuk dari diri sendiri, lingkungan, maupun alam. Hal ini sejalan dengan pernyataan McQuail dalam bukunya bahwa film umumnya mengangkat sebuah tema atau peristiwa yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat (McQuail’s, 2010).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan membuat perancangan film pendek dengan maksud menginformasikan serta mengedukasi audiens untuk dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya namun tetap bisa menabung untuk masa depannya dengan menggunakan media *audio visual*. Genre drama pada film pendek ini bertujuan agar film ini dapat dengan mudah diterima oleh audiens dan bisa dikemas secara lebih sesuai dengan kondisi audiens dibandingkan dengan metode

penyampaian informasi bergenre formal. Penulis akan merancang film pendek dengan konsep yang simpel, bertuju pada alur cerita yang linear agar audiens tidak bingung serta pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens.

TINJAUAN PUSTAKA

Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual sangat lekat keberadaannya dalam kehidupan sehari-hari manusia. DKV yang mempelajari mengenai konsep komunikasi melalui berbagai media adalah salah satu cabang ilmu desain. Media tersebut dapat berupa gambar, font, *video*, media interaktif dan media visual lainnya, sehingga ide yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Kusrianto mengemukakan bahwa DKV merupakan disiplin ilmu yang bertujuan untuk menyebarluaskan konsep dan ekspresi kreatif melalui berbagai kajian media, sehingga mengatur bentuk dan gambar, struktur huruf dan komposisi warna serta tata letak (tata letak / adat) (Kusrianto adi, 2007). Maria Fitriah dalam bukunya mengatakan bahwa desain komunikasi visual memiliki 3 fungsi dasar (Fitriah, 2018), yaitu:

1. Sarana Identifikasi

Merupakan fungsi dasar utama dari desain komunikasi visual. Identitas seseorang dapat memberitahukan siapa orang itu atau dari mana asalnya. Hal tersebut juga berlaku kepada suatu benda atau produk, jika memiliki identitas menunjukkan kualitas produk dan mudah untuk dikenali.

2. Sarana Informasi dan Instruksi

Untuk memperlihatkan suatu hubungan antara satu hal dengan hal lainnya dalam petunjuk, arah, posisi serta skala.

3. Sarana Presentasi dan Promosi

Untuk menyampaikan pesan, mendapat perhatian dari audiens dan membuat pesan dapat diingat.

Film

Film merupakan suatu media *audio-visual* yang menampilkan gambar bergerak yang dirangkai menjadi sebuah cerita, terdapat pesan-pesan didalamnya dan dapat mempengaruhi *emotional* seseorang yang menontonnya. Film menurut Prof.Effendy dalam bukunya adalah sebuah komunikasi massa yang sangat ampuh, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan serta pendidikan (Effendy, 2003). Film umumnya mengangkat sebuah tema atau peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat (McQuail's, 2010).

Kekuatan dan kemampuan film dalam menjangkau banyak sekmen sosial, membuat para ahli berpendapat bahwa film mampu untuk mempengaruhi para audiens (Sobur, 2003). Film sendiri dapat memberi dampak kepada penontonnya, baik dampak positif maupun negatif. Dikutip dari buku "5 Hari Mahir Bikin Film" karya Panca Javandalasta yang terbit pada tanggal 23 Maret 2021 di Google Play, ada banyak sekali keistimewaan media film, berikut lima diantaranya yaitu (Javandalasta, 2021) :

1. Dapat memberikan pengaruh emosional yang kuat dan dapat menghubungkan audiens dengan kisah-kisah personal.
2. Dapat menggambarkan kontras visual dengan langsung.
3. Dapat berkomunikasi dengan para audiensnya tanpa batas, menjangkau ke dalam perspektif pemikiran secara luas.
4. Dapat memberikan motivasi kepada penonton untuk membuat suatu perubahan.
5. Dapat menghubungkan audiens dengan pengalaman yang bisa dilihat melalui bahasa gambar.

Berdasarkan jenis film yang biasa diproduksi untuk berbagai keperluan, film terbagi menjadi film

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “*Ask Myself*”

dokumenter, film pendek dan film panjang.

Film Pendek

Film pendek adalah film yang memiliki durasi waktu kurang dari 60 menit dan bahkan bisa kurang dari 10 menit. Film pendek memiliki karakteristiknya sendiri dan berbeda dari film panjang. Film pendek memberikan kebebasan kepada para pembuatnya sehingga bentuknya sangat beragam. Dalam pembuatan film pendek, yang terpenting adalah ide dan pemanfaatan media komunikasinya dapat berlangsung secara efektif. Maka penulis memilih film pendek sebagai media pendukung dalam perancangan ini agar penonton mendapatkan informasi serta edukasi dengan durasi yang pendek.

Genre Film

Dikutip dari buku *A Short Guide About Film* karya Timothy Corrigan, genre berasal dari bahasa Prancis yang memiliki arti “bentuk” atau “tipe”. Genre merupakan jenis atau klasifikasi yang mempunyai ciri khas tersendiri dalam pengelompokan sebuah film. Terdapat banyak genre dalam film fiksi, dikutip dari buku yang berjudul “Membuat film indie itu gampang” karya Askurifai Baksin dan Edi Warsidi, beberapa genre film diantaranya (Baksin & Warsidi, 2003) adalah :

1. Drama

Tema ini mengedepankan sisi kemanusiaan yang dirancang untuk menarik minat audiens, agar penonton juga merasakan peristiwa yang

dilalui karakter tersebut. Sehingga penonton akan merasa seperti ada didalam film tersebut. Tidak jarang penonton akan merasa senang, sedih, kecewa, bahkan marah.

2. Aksi/Action

Tema ini menampilkan adegan-adegan yang menegangkan, berbahaya, dan memiliki tempo yang cepat saat menampilkan adegan tersebut.

3. Komedi

Tema ini menampilkan adegan-adegan lucu dengan tujuan membuat penonton tersenyum hingga tertawa agar dapat memberikan hiburan bagi para penontonnya.

4. Kriminal/Gangster

Tema ini menampilkan adegan yang berkaitan dengan beberapa tindakan kriminal atau kekerasan seperti perampokan bank, perjudian, pencurian, persaingan antar kelompok, dll.

5. Horor

Tema ini selalu menampilkan adegan-adegan yang menyeramkan dengan tujuan membangun rasa takut kepada penontonnya.

Sinematografi

Sinematografi adalah kata serapan yang berasal dari bahasa Inggris “Cinematography” yang memiliki arti

“gambar”. Dalam ilmu sinematografi, pembuat film mempelajari bagaimana mengatur setiap adegan yang diambil. Berikut adalah beberapa hal yang di perhatikan dalam teknik sinematografi :

1. Angle kamera/sudut pandang subjek

a. Angle Kamera objektif

Mengambil gambar dari sudut pandang penonton tersembunyi, tidak dari pemain tertentu. Angle ini tidak mewakili siapapun.

b. Angle Kamera Subjektif

Kamera subjektif merekam gambar dari sudut pandang penonton, seperti penonton terlibat dalam peristiwa yang disaksikannya.

c. Angle Kamera *Point of View*

Angle kamera *point of view* atau yang diringkas P.O.V, merekam gambar dari titik pandangan pemain tertentu.

2. Type of shot

Berikut *type of shot* atau tipe-tipe pengambilan gambar yang terbagi menjadi beberapa macam.

a. *Big Close Up* atau *Extreme Close Up*

Mengambil gambar dengan lebih mendetail disalah satu bagian tubuh atau benda. Untuk menampilkan detail suatu objek.

b. *Close Up*

Mengambil gambar dari bahu sampai atas kepala. Untuk menampilkan ekspresi pemeran.

c. *Medium Close Up*

Mengambil gambar lebih jauh dari *close up*, yaitu dari dada sampai atas kepala. Untuk mempertegas tampilan seseorang.

d. *Medium shot*

Mengambil gambar kurang lebih setengah badan, dari pinggang sampai atas kepala. Pada shot ini, biasanya menggunakan kombinasi dengan *follow shot* terhadap subjek bergerak. Untuk memperlihatkan subjek secara detail.

e. *Medium Long Shot*

Mengambil gambar dari atas paha sampai atas kepala. Untuk memperlihatkan tampak latar belakang dan objek utama yang terlihat sebanding.

f. *Full Shot*

Mengambil gambar secara utuh dari kepala hingga kaki. Untuk memperlihatkan objek beserta lingkungannya.

g. *Long Shot*

Mengambil gambar yang lebih jauh dari *Full Shot*. Untuk menampilkan objek dengan latar belakang.

h. *Extreme Long Shot*

Mengambil gambar lebih jauh dari *Long Shot* yang menampilkan lingkungan lebih luas lagi. Untuk menunjukkan

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul "Ask Myself"

bahwa objek tersebut bagian dari lingkungan.

3. Level dalam angle kamera

Angle kamera merupakan teknis pengambilan gambar dari sudut pandang tertentu untuk menampilkan adegan. Berikut macam-macam angle :

a. *High Angle, Top Angle, Bird Eye View*

Angle ini mengambil gambar dari posisi sudut atas objek sehingga objek terlihat dari bagian atas. Demikian halnya dengan Bird Eye View.

b. *Low Angle, Frog Eye Level*

Kebalikan dari high angle yang mengambil gambar dari sudut atas, low angle mengambil gambar dari sudut bawah objek.

c. *Eye Level*

Eye level merupakan standar pengambilan gambar dengan ketinggian yang relatif sedang atau kurang lebih sejajar dengan tinggi badan kita.

d. *Over Shoulder*

Mengambil adegan dari sudut belakang/punggung.

4. Komposisi

a. *Rule of Thirds*

Merupakan teknik yang membagi frame menjadi 9 kotak. Aturan ini menempatkan *point of interest* utama di tempat kejadian pada salah satu dari empat persimpangan garis interior.

b. *Headroom*

Merupakan komposisi yang mengacu pada jarak antara bagian atas kepala subyek dan bagian atas *frame*.

c. *Lead Room* atau *Lead Space*

Merupakan ruang terbuka yang dilihat oleh aktor dalam film dan ruang ini berada di depan atau di hadapan aktor. Jika aktor sedang melihat *frame* kiri, maka aktor harus ditempatkan pada *frame* kanan begitu juga sebaliknya.

d. *Leading Lines*

Teknik ini membuat sebuah garis memanjang untuk mendapatkan titik sumbu dari bagian depan dan belakang dengan memanfaatkan objek tambahan seperti jembatan, gedung, atau jalan untuk mendapat garis proposional.

5. Gerakan Kamera

a. *Zooming (In/Out)*

Gerakan lensa kamera untuk membuat objek terlihat dekat ataupun jauh.

b. *Panning (Left/Right)*

Gerakan kamera yang bergerak dari tengah ke kanan atau dari tengah ke kiri, namun bukan kamera yang bergerak tapi tripodnya yang bergerak sesuai dengan arah yang di inginkan.

c. *Tilting (Up/Down)*

Gerakan tilting yaitu gerakan ke atas dan ke bawah, masih menggunakan tripod sebagai alat bantu agar hasil gambar yang didapat memuaskan dan stabil.

d. *Follow*

Gerakan mengambil gambar dengan cara mengikuti objek yang bergerak dalam gerak searah.

e. *Framing (In/Out)*

Gerakan mengambil gambar yang dilakukan untuk memasuki (*in*) atau keluar (*out*) sebuah adegan.

f. *Fading (In/Out)*

Merupakan gerakan pergantian gambar secara perlahan-lahan.

Tahap Pembuatan Film

Dalam pembuatan film, terdapat 3 tahap yang akan diterapkan oleh penulis yang diambil dari buku berjudul 5 hari mahir bikin film karya Panca Javandalasta (Javandalasta, 2021), yaitu :

1. Tahap Pra Produksi

Tahap ini tahap awal dalam proses pembuatan film. Panca Javandalasta dalam bukunya menuliskan bahwa tahap ini adalah proses persiapan hal-hal yang menyangkut semua hal sebelum proses produksi sebuah film dan proses yang sangat penting. Tahap tersebut

seperti penyusunan crew, penjadwalan syuting, pembuatan skenario, dan *storyboard*.

2. Tahap Produksi

Tahap ini adalah tahap lanjutan dari tahap pra produksi yaitu proses eksekusi semua hal yang sudah dipersiapkan pada proses pra produksi. Proses ini sangat membutuhkan stamina si pembuat film.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap ini adalah tahap terakhir, setelah proses syuting dilakukan maka akan dilanjutkan dengan proses finishing sebuah film sampai menjadi sebuah film yang utuh dan mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada penontonnya.

Editing

Editing merupakan proses mengedit yang dilakukan diakhir sebagai proses penyelesaian karya. Dalam proses editing dilakukan pemilihan, pemotongan dan menyusun ulang gambar agar sesuai dengan skenario (Javandalasta, 2021). Dalam proses perancangan karya, setelah selesai mengambil semua gambar sesuai dengan script, maka potongan-potongan gambar tersebut akan diedit oleh penulis seperti diberi sound, color grading dan sebagainya lalu diekspor kedalam format tertentu.

Storyboard

Storyboard menurut Panca Javandalasta dalam bukunya, yaitu rangkaian gambar yang menjelaskan bahasa tulisan skenario kedalam bahasa visual (Javandalasta, 2021). *Storyboard* juga dapat dikatakan *visual script* atau gambar ilustrasi yang menjelaskan bahasa tulisan *script* ke dalam bahasa visual dijadikan outline dari sebuah *scene*. *Storyboard* banyak digunakan untuk membuat kerangka media interaktif, seperti: iklan, film pendek, animasi, game, media pembelajaran interaktif, dan lain-lain.

Perilaku konsumtif/boros

Saat ini, mahasiswa ataupun masyarakat masih memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bisa terjadi sebab sebagian masyarakat mempunyai kecendrungan matrealistis, mempunyai keinginan yang besar untuk memiliki barang-barang tanpa memperhatikan kebutuhannya (Satriani, 2018). Kata konsumtif juga disebut sebagai boros, yaitu perilaku membeli suatu barang dengan berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhannya. Dalam bukunya, John Afifi (2018) menjelaskan bahwa boros dalam pengertian umum adalah kebiasaan yang berlebih-lebihan dalam menggunakan uang untuk memenuhi keinginan dan sekadar bersenang-senang. Hidup boros merupakan kebiasaan yang tidak baik dan dapat berdampak negatif seperti uang saku cepat

habis, membuat orang sangat rentan terhadap stres, jarang bersyukur, tidak memiliki persiapan saat darurat (Afifi, 2018).

Perilaku konsumtif memiliki beberapa aspek, menurut Lina & Rosyid (1997) dalam jurnal Lestarina, dkk pada tahun 2017, aspek-aspek perilaku konsumtif tersebut adalah (Lestarina et al., 2017) :

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Impulsive buying atau biasa disebut juga dengan *unplanned purchase* adalah perilaku seseorang dimana orang tersebut membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya. Aspek ini ditunjukkan saat seorang remaja membeli sesuatu hanya karena didasari oleh hasrat yang muncul tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa dipertimbangkan dahulu dan tidak memikirkan yang akan terjadi serta hal ini biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Menghambur-hamburkan banyak uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas juga termasuk perilaku konsumtif yang merupakan salah satu perilaku boros. Contohnya: ketika anda membeli baju yang dibutuhkan untuk kepentingan kerja atau acara resmi, maka tidak dikatakan boros, namun jika membeli

secara berlebihan atau melebihi batas yang dibutuhkan misal butuh 1 pakaian namun membeli 3 pakaian, maka hal ini disebut boros.

3. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Perilaku ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari kesenangan. Remaja mencari kenyamanan fisik dimana hal ini dilatar belakangi oleh sifat mereka yang akan merasa senang dan nyaman ketika memakai barang yang sedang *tren*.

Maulana (2013) juga menyatakan bahwa, remaja yang masih terjebak dalam kehidupan perilaku konsumtif seringkali menghabiskan uang hanya untuk membeli berbagai macam keperluan yang berdasarkan keinginannya bukan kebutuhan, seperti membeli handphone, pakaian, makanan, hiburan, dan lain-lain (Anggraini & Santhoso, 2017).

Perilaku hemat

Perilaku hemat merupakan kebalikkan dari perilaku konsumtif, perilaku yang membeli suatu barang sesuai dengan kebutuhan. Perilaku hemat juga perilaku yang mempertimbangkan dengan baik sebelum membeli barang atau mengeluarkan uang. Perilaku tersebut mengandalkan kemampuan kontrol diri untuk berpikir terlebih dahulu sebelum mengambil sebuah keputusan, kontrol diri untuk menahan nafsu keinginan serta godaan lingkungan dan pergaulan.

Dalam perancangan film pendek ini, perilaku hemat digunakan sebagai solusi dari perilaku

konsumtif yang diambil dari buku karya John Afifi, dimana beliau menuliskan cara *smart* hidup hemat untuk orang-orang yang masih sering terjebak dalam perilaku konsumtif dan belum mampu mengontrol diri dengan baik.

Menabung

Selain kontrol diri, perilaku hemat juga diiringi oleh menabung. Dalam buku karya John Afifi, memaparkan keuntungan dari menabung (Afifi, 2018), yaitu sebagai berikut :

1. Menabung menumbuhkan rasa bahagia

Menabung menumbuhkan harapan untuk masa depan, sehingga akan merasa bahagia.

2. Belajar menata keuangan pribadi

Terkadang ada rasa bingung kemana saja uang diperbelanjakan. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya susunan anggaran pengeluaran. Sehingga terkadang lupa kemana uang tersebut dan diakhir bulan sibuk mencari pinjaman. Dengan adanya menabung, orang-orang dapat belajar menata keuangan pribadi sehingga lebih irit, lebih hemat dan memiliki simpanan uang untuk masa depan.

3. Memberi hadiah untuk orang yang disayangi

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “*Ask Myself*”

Setiap orang pasti memiliki orang lain disekitarnya, entah itu orang tua, saudara, teman ataupun pasangan hidup. Dengan menabung, sebagian uang tabungan dapat digunakan untuk membeli hadiah saat tidak memiliki uang.

4. Memberi rasa tenang dalam menyambut masa depan

Hal tersebut dapat terjadi karena salah satu hal yang sering dikhawatirkan terkait masa depan adalah kondisi kekurangan. Tetapi jika melihat buku tabungan yang berisi uang yang cukup banyak, maka secara emosional akan merasa tenang, nyaman dan tentram karena memiliki uang yang cukup untuk menyambut masa depan.

5. Tabungan sebagai dana darurat

Hidup kadang seperti roda yang berputar, terkadang diatas, terkadang bisa dibawah. Kadang sehat, kadang juga sakit. Kadang keuangan lancar, kadang juga tidak lancar. Dengan menabung, uang tabungan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dana dalam kondisi darurat. Misalnya ketika sakit, maka dapat menggunakan sebagian uang tabungan untuk ke dokter dan membeli obat-obatan yang dibutuhkan. Atau ketika ada kebutuhan yang tidak terduga, maka dapat menggunakan sebagian uang tabungan untuk menghadapi hal tersebut sehingga tidak perlu panik menghadapi kejadian-kejadian buruk yang tidak terduga.

6. Merencanakan keuangan untuk hari tua

Usia seseorang akan terus bertambah. Seiring berjalannya waktu, seseorang tidak akan lagi bisa bekerja seperti ketika masih muda. Tubuh mulai melemah, daya tahan semakin menurun dan mulai sering sakit. Maka dapat mengandalkan uang yang sudah ditabung sewaktu masih muda.

7. Membeli barang-barang mahal

Meskipun uang bulanan seseorang mungkin pas-pasan, ada kalanya ingin membeli barang-barang yang harganya mahal karena memiliki kualitas bagus. Maka akan sulit mewujudkan keinginan tersebut jika tidak membiasakan diri untuk menabung. Walau ada kredit atau mencicil, tapi khawatir bunganya terlalu besar, maka untuk bisa memilikinya harus dengan membeli secara *cash*/uang tunai.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam perancangan tugas akhir ini, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan melihat apa yang menjadi karakteristik masalah, tanpa melihat adanya suatu persepsi. Menurut Sugiyono penelitian

kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Penelitian kualitatif atau disebut juga dengan penelitian naturalistik, dimana data dalam jenis penelitian ini didasarkan pada peristiwa-peristiwa yang terjadi secara alamiah dan dilakukan tanpa dipengaruhi dengan sengaja oleh peneliti dalam situasi yang wajar (Weisarkurnai, 2017).

Metode Pengumpulan Data

1. Kepustakaan (studi pustaka)

Penelitian kepustakaan (studi pustaka), yakni jenis penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan topik permasalahan dari judul yang penulis buat. Hal ini dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal maupun artikel-artikel yang berhubungan.

2. Studi Dokumentasi (kajian dokumen)

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen dalam bentuk tulisan dari seseorang untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Observasi Tidak Langsung

Pengumpulan data dilakukan dengan melihat, meninjau, dan mengamati secara tidak langsung melalui artikel dan berita yang berhubungan dengan perilaku konsumtif.

4. Kuesioner

Memperoleh data dengan membuat kuesioner yang dibagikan melalui online guna memperoleh informasi yang akurat mengenai masyarakat dalam memenuhi keinginan serta mendapatkan data untuk keperluan perancangan film pendek yang berjudul "Ask Myself".

Metode Analisis Data

1. Analisis Naratif

Teknik analisis naratif merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Teknik ini berfokus pada cara suatu ide atau cerita dikomunikasikan kepada semua bagian yang terkait. Analisis naratif sebagai metode analisis dalam penelitian ini digunakan untuk membantu menganalisis, memahami, serta mengembangkan suatu ide.

2. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan salah satu dari teknik analisis data kuantitatif. Dalam bukunya, Sugiyono menulis bahwa analisis deskriptif adalah cara yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017). Analisis deskriptif sebagai metode pendekatan analisis dalam

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “*Ask Myself*”

penelitian ini digunakan untuk membantu menganalisis data dan mendeskripsikan data yang ada.

Metode Perancangan

Dalam penelitian ini juga terdapat metode perancangan yang digunakan untuk membuat perancangan film pendek yang berjudul “*Ask Myself*” yaitu menggunakan 3 tahap dari buku karya Panca Javandalasta yang berjudul *5 Hari Mahir Bikin Film*, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dimana tahap pra produksi menyangkut persiapan sebelum proses produksi sebuah film seperti pembuatan skenario, penyusunan crew, dan jadwal *shooting* . Lalu tahap produksi terdiri dari proses *shooting* yang didalamnya mengatur tentang aspek *continuity*, komposisi pengambilan gambar, *artistic*, *makeup* dan *wardrobe*. Lalu tahap yang terakhir adalah tahap pasca produksi yang terdiri proses *editing video* dan suara (Javandalasta, 2021).

PEMBAHASAN

Kuesioner

Dari 29 pertanyaan kuesioner yang telah dibagikan mendapat 112 responden secara online, dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh perempuan yang memiliki usia 17 – 25 tahun, dengan status pendidikan akhir adalah SMA. Responden bertempat tinggal diwilayah jabodetabek dengan status pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa,

dengan biaya pendapatan perbulan Rp 4.000.000 – 5.000.000,-. Responden memiliki ketertarikan mengikuti tren yang ada dan selalu merasa uang bulanan cepat habis sebelum akhir bulan. Uang yang digunakan responden kebanyakan untuk membeli barang sesuai tren yang ada. Responden pernah membeli barang yang dibutuhkan lebih dari jumlah yang dibutuhkan serta membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya saat berbelanja. Hal tersebut dapat terjadi karena responden melihat adanya diskon/potongan harga yang ditawarkan baik dari sosial media ataupun aplikasi belanja, responden juga membeli barang-barang secara online. Responden menyadari sangat penting bagi seseorang untuk mengetahui cara mengelola uang, terutama mahasiswa, serta menyadari pentingnya menabung. Namun responden masih mengalami kesulitan dalam menabung yang disebabkan kurangnya kontrol diri, sehingga sering tergoda oleh diskon. Responden memilih film pendek sebagai media penyampai informasi, responden juga menyukai menonton film terutama film dengan genre drama. Responden belum pernah melihat ataupun menonton film yang menyampaikan informasi mengenai perilaku konsumtif serta cara mengatasinya, maka dari itu

responden tertarik dengan film pendek adaptasi buku yang memberikan informasi seperti cara mengelola uang dan menabung yang mengambil genre drama dengan minimal durasi 8 – 10 menit.

Perancangan

Dalam perancangan film pendek yang berjudul “Ask Myself”, penulis meneliti gaya hidup hemat sebagai solusi dari perilaku konsumtif dan mengambil metode dari buku yang berjudul “Bisa Saving tapi Tetap Shopping” karya John Afifi serta merealisasikannya ke dalam media film pendek sesuai dari data yang diperoleh dari kuesioner. Penulis menggabungkan metode tersebut dengan metode perancangan film yang ditulis oleh Panca Javandalasta (2021) yang ditulis dalam bukunya yang berjudul “5 Hari Mahir Bikin Film” dan buku berjudul “Bikin Film itu Gampang!” karya Andy Prasetyo (2018) dengan 3 tahap, yaitu sebagai berikut.

Pra Produksi

Tahap ini merupakan tahap awal dimana proses persiapan semua hal yang harus disiapkan sebelum proses produksi film. Berikut adalah proses yang ada dalam tahap pra produksi film pada perancangan ini :

Penyusunan crew

Dalam sebuah crew film, harus mengedepankan rasa kebersamaan ingin menghasilkan sebuah film. Pada perancangan ini, penulis harus merangkap menjadi semua

jobdesc yang ada akibat adanya pandemi *covid-19*. Adapun susunan crew yang harus disiapkan sebelum produksi dimulai, yaitu :

1. Producer

Penulis memimpin semua jalannya produksi film agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

2. Product Designer (Desainer Produksi)

Penulis mengatur semua aspek produksi film.

3. Director (Sutradara)

Penulis menerjemahkan bahasa tulisan dari script menjadi bahasa visual.

4. Scriptwriter (Penulis Naskah/Skenario)

Penulis membuat skenario untuk film pendek.

5. Director of Photography (Penata Kamera)

Penulis bertugas menata kamera untuk pengambilan gambar.

6. Art Director (Penata Artistik)

Penulis menyediakan segala properti, tempat dan lingkungan untuk pengambilan gambar.

7. Make-up Artist (Penata Rias)

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “Ask Myself”

Penulis menata rias aktor sebelum pengambilan gambar.

8. *Wardrobe/Costume Designer*

Penulis mengatur pakaian para aktor sesuai cerita dalam skenario.

9. *Music Arranger* (Penata Musik)

Penulis mendesain musik untuk digunakan didalam film.

10. *Editor*

Penulis mengedit/menyusun gambar yang sudah diambil hingga menjadi sebuah cerita utuh sesuai skenario dan menambah elemen-elemen lain seperti suara dan musik.

Penjadwalan

Pada proses perancangan film pendek ini, penulis mengambil waktu dua setengah bulan, dengan jadwal sebagai berikut :

No.	Tahap	Kegiatan	May				Juni				Juli		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
1.		Pencarian ide											
2.		Story Treatment											
3.		Penulisan Script											
4.	Pre Produksi	Penjadwalan											
5.		Hunting lokasi											
6.		Casting dan reading											
7.		Equipment shooting											
8.	Produksi	Shooting											
9.		Dubbing											
10.		Editing											
11.	Pasca Produksi	Sound effect											
12.		Final edit											

Gambar Jadwal

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

Ide dan Naskah Cerita / Penulisan Skenario

Dalam proses ini penulis membuat skenario dengan urutan menentukan tema terlebih dahulu. Tema perancangan ini adalah seseorang yang masih terjebak dalam perilaku konsumtif dan cara mengatasinya. Kemudian penulis membuat premis dan logline dari

cerita. Premis cerita ini adalah seorang mahasiswi yang boros harus menghadapi kondisi keuangan yang menurun akibat adanya pandemi. Dan loglinenya adalah seorang mahasiswi yang boros dalam memenuhi kebutuhannya, membutuhkan barang yang penting dan sangat dibutuhkan, namun adanya pandemi dan mempengaruhi kondisi keuangan keluarga yang sulit diatasi, menjadikan dia sadar untuk hidup hemat.

Kemudian penulis membuat storyline dari cerita dan menentukan plot cerita yang akan digunakan. Terakhir menulis skenario film.

Konsep Film

1. Moodboard Karya

Dalam perancangan film pendek ini, penulis menggunakan warna dingin sesuai dengan mood tema, karena perilaku konsumtif yang ditampilkan dalam film diambil dari segi modernisasi yang berhubungan dengan teknologi.

2. Konsep Warna

Pada perancangan film ini, penulis cenderung menggunakan warna dingin untuk mendukung suasana alur cerita yang ditampilkan.



Gambar warna

(Sumber: Data Pribadi, 2021)

Dipilihnya warna dingin karena perilaku konsumtif yang ditampilkan dalam film diambil dari segi modernisasi, yaitu belanja online yang berhubungan dengan perkembangan teknologi. Selain itu, karakter utama dalam film ini tidak peduli dengan kondisi keuangannya.

3. Tipografi

Berikut tipografi yang digunakan penulis dalam perancangan film ini :

a. Judul Film

Redmilk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.:;'"(!?)+-@#

b. Subtitle

Josefin Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.:;'"(!?)+-@#

Josefin Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.:;'"(!?)+-@#

c. Credit Title

Glacial Indifference

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.:;'"(!?)+-@#

4. Konsep Imaginary

Imaginary yang digunakan adalah imaginary audience yang menggambarkan peningkatan kesadaran pada keyakinan seseorang bahwa orang lain memiliki perhatian terhadap diri mereka sendiri. Dimana mereka berperilaku seperti mengikuti tren untuk mendapatkan perhatian (ingin diperhatikan, menjadi pusat perhatian). Kesadaran imaginary audience melalui interaksi dilingkup pergaulan bertujuan untuk memperlihatkan atau menyembunyikan informasi pribadi(asal usul, keseharian, kebiasaan mereka).

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “*Ask Myself*”

5. Judul Film

Judul film dari perancangan ini adalah “*Ask Myself*”. Penulis memberi judul tersebut, diambil dari inti penyelesaian cerita dimana dari diri sendiri harus mempunyai keyakinan, dengan bertanya kepada diri sendiri maka dapat memikirkan secara logis dan yakin, tidak mengikuti kemauan sesaat saja, serta dapat membuat perubahan dan keluar dari kebiasaan yang sudah dilakukan.

Penulis menggunakan bahasa Inggris dalam judul film karena mengikuti arus globalisasi dimana bahasa Inggris merupakan bahasa internasional.

Storyboard dan Shot List

Dalam proses ini, penulis mengartikan bahasa tulisan ke dalam bahasa visual agar skenario yang ada dapat dimengerti oleh banyak orang dengan melihat *storyboard*. Dan membuat shot list untuk memudahkan dalam pengambilan gambar dan tidak ada bagian yang terlewat.

Budgeting

Pada proses ini, penulis membuat budget yang diperlukan selama proses pembuatan film baik dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Location Scouting

Lokasi yang digunakan untuk shooting pada film ini adalah salah satu kamar kos di “Kos Harmoni Ibu Karis” yang berada di daerah Grogol, Jakarta Barat serta teras kos. Namun

karena adanya penyewa yang akan menempati kamar tersebut, maka lokasinya pindah ke kamar yang lain. Tak hanya kamar kos, penulis juga menggunakan lokasi PIK2 sebagai lokasi *shooting*.

Talent Scouting/Casting

Dalam proses casting, penulis menggunakan “casting to emotional temperament” yang ditulis dalam buku “*Bikin Film itu Gampang*” karya Andy Prasetyo, dimana karakter dipilih berdasarkan hasil observasi hidup pribadi, karena mempunyai banyak kesamaan atau kecocokan dengan peran yang akan dipegang (Prasetyo, 2018).

Pemeran utama dalam film ini diperankan oleh Karina Sung Jaya sebagai Leila dengan nama China Xiao Li Ching, biasa dipanggil Ching oleh ibunya. Karina memiliki perilaku konsumtif dan mudah mengikuti sekitar, saat ini sedang mencoba menguranginya. Karina dipilih karena sesuai tokoh utama dan pernah berperilaku konsumtif, agar lebih mudah memerankan karakter.



Karina Sung Jaya
As Leila



Kelsy Merial Sia
As Cathrine

Gambar Pemeran
(Sumber : Data Pribadi, 2021)

Pemeran teman Leila yang bernama Cathrine diperankan oleh Kelsy Merial Sia. Kelsy dipilih memerankan karakter Cathrine karena cocok dengan karakter tersebut, dia mengikuti tren fashion dan suka mengunjungi tempat-tempat yang sedang tren.

Pemeran pengisi suara ibu adalah ibu Dewi, suara beliau dipilih sebagai ibu dari Leila karena memiliki karakter suara yang lembut dan terdengar penyayang anak, terutama beliau dapat berbicara bahasa “Khek”, yaitu salah satu bahasa dari Pontianak, Kalimantan Barat. Dimana karakter Leila berasal dari Pontianak yang merantau kuliah di Jakarta.

Reading

Setelah adanya aktor, dilanjutkan dengan proses reading dimana seluruh aktor membaca dan mempelajari skenario yang telah dibuat sambil membayangkan perannya dalam film. Dalam proses ini semua adegan dalam skenario dilakukan, mulai dari artikulasi, ekspresi, gesture, dialog, dan semua aktivitas yang di minta skenario(Prasetyo, 2018). Serta menyesuaikan dialog dengan pemeran, dialog akan mengalami sedikit perubahan sesuai

dengan senyamannya aktor dalam mengkomunikasikan dialog agar tidak terlihat kaku dalam film.

Fitting

Pada proses fitting terdapat hal yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Wardrobe

Pada proses ini penulis memilih pakaian yang sesuai dengan karakter yang ingin ditampilkan dalam film. Pakaian dapat mendukung mood yang ingin ditampilkan dan dapat menampilkan perubahan suasana dan mood pada karakter. Seperti saat pertama datang ke Jakarta, Leila menggunakan pakaian gelap dan biasa untuk menampilkan mood alur cerita awal dimana Leila masih belum mengikuti tren fashion yang ada.

2. *Make Up*

Pada Proses ini mengatur make up terhadap pemeran, salah satunya agar tidak terlihat pucat dikamera. Make up juga berpengaruh terhadap mood dan suasana yang ingin ditampilkan. Penulis meminta pemeran menggunakan make up yang sesuai dengan tren dan cocok di wajahnya.

Rehearsal

Proses ini adalah proses akhir dari pra produksi, dimana aktor akan berlatih

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “Ask Myself”

akting sesuai dengan karakter dalam skenario agar lebih mendalami karakter. Serta dapat menampilkan emosi serta mood secara visual dengan lebih baik.

Produksi

Film Production

Setelah tahap pra produksi, penulis lanjut ke tahap produksi. Pada tahap ini, penulis memiliki tugas utama sebagai sutradara yang menerjemahkan bahasa tulisan pada skenario menjadi bahasa visual. Sutradara juga mengatur akting aktor termasuk dialognya. Penulis juga memiliki tugas sebagai kameramen yang mengatur sudut pengambilan gambar. Penulis melakukan proses produksi sebagai berikut :

1. Melakukan proses shooting sesuai jadwal
2. Menata kamera , mulai dari komposisi hingga memasuki proses pengaturan pencahayaan dan artistik
3. Memastikan make up dan wardrobe aktor
4. Mengambil gambar sesuai shot list yang sudah dibuat
5. Mengecek kembali hasil gambar dan suara yang sudah diambil

Shot

Berikut beberapa jenis pengambilan gambar yang diterapkan penulis saat proses produksi :

1. Close Up



Gambar *Close Up*

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

2. Medium Shot



Gambar *Medium Shot*

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

3. Medium Close Up



Gambar *Medium Close Up*

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

4. Long Shot



Gambar *Long Shot*

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

5. Extreme Long Shot



Gambar *Extreme Long Shot*

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

6. Over Shoulder



Gambar *Over Shoulder*
(Sumber : Data Pribadi, 2021)

Sound Production

Pada tahap produksi, selain pengambilan gambar ada juga pengambilan suara untuk melengkapi gambar yang sudah diambil. Dalam pengambilan suara, terdapat beberapa macam yang digunakan untuk mengisi suara yang melengkapi gambar visual, yaitu :

1. Dubbing

Cara ini untuk melengkapi suara percakapan agar terdengar lebih jelas. Untuk merekam dapat menggunakan microphone, shotgun, ataupun clip on yang tersambung ke alat perekam.

2. Backsound

Penulis menggunakan backsound yang sudah tersedia secara gratis atau *public domain*, dimana masyarakat lainnya dapat memakainya dengan bebas.

3. Ambience

Penulis menggunakan suara ini untuk mendukung suasana latar suatu lokasi.



Gambar *Software Editing*
(Sumber : Data Pribadi, 2021)



Gambar Cuplikan Film
(Sumber : *Trailer Ask Myself*, 2021, Timecode: 00:00:08, 00:00:34, 00:00:49)

Pasca Produksi

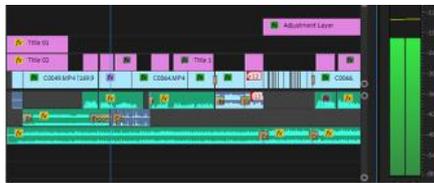
Shot Editing

Penulis menggunakan software Adobe Premiere Pro 2019 untuk mengedit atau menyatukan shot yang sudah diambil. Pada proses editing, selain menyatukan shot penulis juga menyesuaikan audio, memberi transisi video, mengedit audio, *color grading* dan menambahkan *subtitle*.

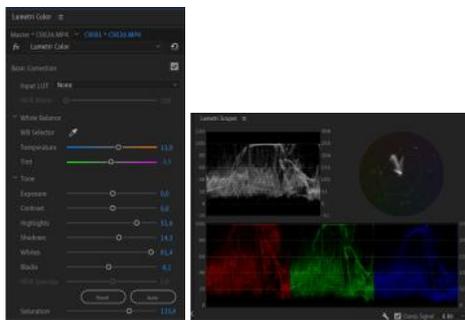
Sound Editing

Pada pengeditan suara, penulis langsung mengedit dengan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro 2019. Penulis mengatur besar kecil volume suara, noise suara, dan pemberian efek suara.

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad
Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “Ask Myself”



Gambar Sound Editig
(Sumber : Data Pribadi, 2021)



Gambar Color Grading
(Sumber : Data Pribadi, 2021)

Color Grading

Proses *Color Grading* dilakukan pada *software* Adobe Premiere Pro 2019 dengan *Lumetri Color*. Penulis mengatur *basic correction* untuk menyesuaikan tone warna dengan melihat waveform(Luma), *white balance* dengan melihat parade(RGB), dan mengatur *saturation*.

Karya Pendukung

Tujuan Karya Pendukung

Dalam sebuah peluncuran produk baru, selain media utama yang memiliki daya tarik, maka diperlukan juga media pendukung dan media promosi. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dari target audiens, memberikan

informasi kepada seluruh masyarakat Indonesia mengenai film pendek ini.

Program dan Karya Pendukung

1. Program

Rencana dilakukannya media promosi adalah dengan melalui tahap pra-event, event dan pasca event. Acara berlangsung pada tanggal 26 Juli 2021.

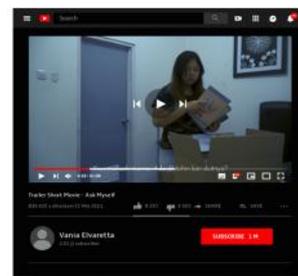
MEDIA	BULAN											
	Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Teaser Youtube					v	v	v	v				
Web Banner	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Poster	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
X-Banner												v
Instagram	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Flyer					v	v	v	v				
Gimmick												v

Tabel Program Media

(Sumber : Data Pribadi, 2021)

2. Final Artwork Karya Pendukung

a. *Trailer*



Gambar *Trailer*

(Sumber : Data Pribadi,2021)

b. *Web Banner*



Gambar *Web Banner*

(Sumber : Data Pribadi,2021)

c. Poster



Gambar Poster
(Sumber : Data Pribadi,2021)

d. X-Banner



Gambar X-Banner
(Sumber : Data Pribadi,2021)

e. Media Sosial Instagram



Gambar Instagram
(Sumber : Data Pribadi,2021)

f. Flyer



Gambar Flyer
(Sumber : Data Pribadi,2021)

g. Linikini



Gambar Linikini
(Sumber : Data Pribadi,2021)

3. Final Artwork Gimmick

a. Baju



Gambar Baju
(Sumber : Data Pribadi,2021)

b. Pin



Gambar Pin
(Sumber : Data Pribadi,2021)

c. Gantungan Kunci



Gambar Gantungan Kunci
(Sumber : Data Pribadi,2021)

Vania Elvareta, Asrullah Ahmad
Perancangan Film Pendek Yang Berjudul “Ask Myself”

d. *Sticker*



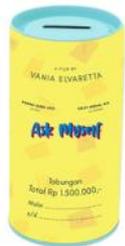
Gambar *Sticker*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

e. *Notebook*



Gambar *Notebook*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

f. *Celengan*



Gambar *Celengan*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

g. *Tote bag*



Gambar *Totebag*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

h. *Tumbler*



Gambar *Tumbler*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

i. *Pulpen*



Gambar *Pulpen*
(Sumber : Data Pribadi,2021)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang penulis buat dalam perancangan film pendek ini, penulis mendapati bahwa banyak mahasiswa maupun masyarakat yang masih terjebak dalam perilaku konsumtif. Banyak dari mereka yang menyadari pentingnya mengetahui cara mengelola keuangan dan menabung, namun masih kesulitan dalam melakukan hal tersebut. Karena dipengaruhi kurangnya kontrol diri, banyaknya promo dan diskon, serta kemudahan dalam berbelanja membuat sebagian masyarakat menghabiskan uang bulanan dengan cepat.

Penulis membuat sebuah film pendek sebagai media informasi yang dapat menghimbau masyarakat khususnya mahasiswa dan menyampaikan sebuah pesan serta pengetahuan yang mengedukasi masyarakat dari data studi pustaka dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis, serta dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden bahwa film pendek memiliki lebih banyak peminat untuk mendapatkan sebuah informasi dibandingkan media lainnya. Oleh karena itu, penulis membuat “Perancangan Film Pendek yang Berjudul *Ask Myself*” dengan menggunakan tahap dan cara yang telah didapatkan penulis dari buku serta studi pustaka dan studi dokumentasi, supaya masyarakat khususnya mahasiswa yang masih terjebak dalam perilaku konsumtif agar dapat mengurangi perilaku tersebut dan juga dapat menabung tapi tetap bisa membeli barang yang diinginkan.

Selain merancang film pendek, penulis juga memikirkan dan membuat berbagai macam media pendukung sebagai media promosi kepada masyarakat agar dapat menarik perhatian masyarakat dan mencapai target audiens yang sudah penulis tetapkan. Dan supaya penyampaian pesan yang ingin penulis sampaikan, dapat tersebar luas dikalangan masyarakat dan tersampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Afifi, J. (2018). *Bisa Saving, tapi Tetap Shopping* (Nadhivah (ed.)). Laksana.

Ambar. (2017). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. PakarKomunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli#:~:text=Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli Komunikasi&text=Varinder Taprial dan Priya Kanwar,lain-lain dengan orang lain.>

Amin, M. Al, & Juniati, D. (2017). **KLASIFIKASI KELOMPOK UMUR MANUSIA BERDASARKAN ANALISIS DIMENSI FRAKTAL BOX COUNTING DARI CITRA WAJAH DENGAN DETEKSI TEPI CANNY**. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(6). <https://media.neliti.com/media/publications/249455-none-23b6a822.pdf>

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 3(3). <https://journal.ugm.ac.id/gamajop/article/view/44104/23971>

Apriadi, A. Y., Deni, & Saputra. (2017). ECommerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya

Vania Elvaretta, Asrullah Ahmad

Perancangan Film Pendek Yang Berjudul "Ask Myself"

- Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *RESTI*, 1(2).
- Baksin, A., & Warsidi, E. (2003). *Membuat film indie itu gampang*. Katarsis.
- Ballarotto, G. V. (2018). Adolescent Internet Abuse: A Study on the Role of Attachment to Parents and Peers in a Large Community Sample. *Journal BioMed Research International*, 1–10.
- CNN Indonesia. (2020). *Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona*. CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona>
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Fatmawati, N. (2020). *GAYA HIDUP MAHASISWA AKIBAT ADANYA ONLINE SHOP*. 29(1).
- Fitriah, M. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. In *Institut Seni Indonesia Yogyakarta*. Budi Utama.
http://opac.isi.ac.id//index.php?p=show_detail&id=41814
- Habybillah, M., Wahyono, H., & Haryono, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Financial Literacy Intermediasi melalui Gaya Hidup Terhadap Sikap Hidup Hemat Siswa MA Negeri II Kota Batu Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Javandalasta, P. (2021). *5 Hari Mahir Bikin Film*. Batik Publisher.
https://play.google.com/store/books/details/Panca_Javandalasta_5_Hari_Mahir_Bikin_Film?id=SqQIEAAAQBAJ
- Kusrianto adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Ranny, R. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
<https://doi.org/10.29210/300321000>
- McQuail's, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. Sage Publications.
- Pangestuti, W. N. (2019). *DINAMIKA PSIKOLOGI GAYA HIDUP HEMAT DIKALANGAN MAHASISWA*.
- Satriani, P. (2018). Pengaruh Penghasilan dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa IAIN Bengkulu (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *IAN*

Bengkulu.

Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Alfabeta, CV.

Wahyuni. (2016). *Gaya Hidup Remaja Kelas*

Menengah Kota Pekalongan. 5(1).

Weisarkurnai, B. F. (2017).

Representasi Pesan Moral Dalam Film Rudy Habibie Karya Hanung Bramantyo (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jom Fisip*, 4(1), 1–15.

<https://media.neliti.com/media/publications/205964-representasi-pesan-moral-dalam-film-rudy.pdf>