

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini media konvensional telah mengikuti perkembangan ke media digital, salah satunya stasiun radio MQFM Jogja. Melalui channel *youtube* MQFM Jogja, radio MQFM Jogja mempunyai berbagai program siaran digital, salah satunya yaitu konten Jogja Akhir Pekan. Jogja Akhir Pekan merupakan program acara yang memberikan informasi terkait tempat wisata unik serta dapat dikunjungi bersama keluarga di Yogyakarta dan sekitarnya. Program acara tersebut dibawakan oleh seorang host yang membantu mendeskripsikan informasi mengenai tempat yang diliput oleh tim MQFM Jogja. Jogja Akhir Pekan tayang pada akhir minggu di *channel youtube* MQFM Jogja. Berdasarkan observasi yang dilakukan di *channel youtube* MQFM Jogja pada episode "PANEN BERANEKA JENIS SALAK DI KEBUN SALAK TURI, SLEMAN" ada beberapa permasalahan yang kurang diperhatikan dalam segi pengambilan gambar.



Gambar 1.1
Tayangan JAP Panen beraneka jenis salak di
kebun salak Turt,



Gambar 1.2

Tayangan JAP Panen beraneka jenis salak di kebun salak Turt.



Gambar 1.3

Tayangan JAP "Obelix Hills"



Gambar 1.4
Tayangan JAP “Obelix Hills”

MQFM melakukan perubahan dalam segi pengemasan konten *youtube*, dikarenakan pada produksi konten Program Jogja Akhir Pekan episode “PANEN BERANEKA JENIS SALAK DI KEBUN SALAK TURI, SLEMAN” tidak memperhitungkan segala aspek sinematografi yang digunakan, perubahan yang dilakukan oleh MQFM Jogja mengenai sinematografi pada program Jogja Akhir Pekan. Pada tayangan Jogja Akhir Pekan episode “OBELIX HILLS” terlihat bagaimana MQFM Jogja telah memperhitungkan aspek sinematografi pada kontennya. Dari hasil pra-survei Rahmi Arifiana Dewi S.Si selaku *manager* dari stasiun radio MQFM Jogja memaparkan “bahwa stasiun radio MQFM Jogja kekurangan sumber daya manusia, pengetahuan, serta alat produksi yang menjadi permasalahan dalam pembuatan konten *video* khususnya program Jogja Akhir Pekan, dengan pengetahuan sinematografi yang minim para praktisinya tidak mengetahui bagaimana proses pengambilan gambar yang tepat. Indrayani (2019) menjelaskan bahwa sebuah konten harus dikemas dengan sinematografi sebagai sisi kreatif guna menarik calon penonton ataupun pengguna. Hal tersebut berkaitan dengan peran sinematografi dalam pembuatan suatu program acara ataupun konten.

Sinematografi pada saat ini tidak hanya digunakan dalam sebuah produksi film, tetapi kreator konten digital pun telah menerapkan

sinematografi dalam sebuah produksi konten. Sinematografi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris *cinematography* yang berasal dari bahasa Yunani “*kinema*” yang memiliki arti gerakan dan “*graphoo*” yang berarti menulis atau lukisan (Ilyas, Ashfahani, 2020). Sinematografi adalah suatu kegiatan menulis yang menggunakan media penggabungan beberapa gambar, merangkai potongan gambar-gambar yang bergerak menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan maksud, informasi, atau ide tertentu dalam pembuatan sebuah konten.

Penyampaian pesan dalam konten selaras dengan bagaimana peran sinematografi yang baik. Sinematografi merupakan upaya seseorang dalam menggambarkan kepada orang lain, melalui teknik yang menggabungkan gambar gerak dan teks. Jadi salah satu peran sinematografi adalah menjadikan gambar sebagai bahasa visual kepada audiens agar menjadi pesan yang berarti (Djunaid, 2019).

Sinematografi berperan dalam pembuatan sebuah konten, dengan pemilihan alat dan teknik kamera yang tepat akan membangun dan menampilkan video yang baik sehingga pesan akan tersampaikan dengan baik pada sebuah konten. Peran sinematografi dibutuhkan dalam proses pembuatan konten program *Jogja Akhir Pekan*.

Sejak kemunculan *platform youtube* pada tahun 2005, maka pembuatan konten semakin populer. Penyajian konten yang bervariasi dalam *platform youtube*, membuat *youtube* menjadi *platform* yang paling sering digunakan menggeser *platform* media sosial lainnya. Berdasarkan hasil riset terbaru yang dilakukan oleh agensi *marketing* *We Are Social* pada Januari 2021, memberikan data bahwa sebanyak 93,8% pengguna internet dengan rentang usia 16-64 tahun di Indonesia telah mengakses *platform* media sosial *YouTube* (We Are Social, 2021).

Youtube merupakan sebuah *platform* berbagi video yang didirikan oleh tiga orang yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yang dibentuk di Amerika pada Februari tahun 2005. Situs ini berfungsi untuk mengunggah serta membagikan video kepada para pengguna internet.

Menurut Tjanatjantia (dalam Setiawan, 2021) video klip, tv, film, dan video buatan para pengguna *platform youtube* sendiri merupakan video yang ada di *youtube*.

Persentase tersebut membuktikan bahwa pengguna internet di Indonesia lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses *platform youtube* dibanding dengan *platform* lainnya. Dikarenakan *youtube* memiliki fitur yang variatif dan interaktif. Seperti, fitur siaran langsung, akses berkomentar melalui kolom komentar, fitur *share* yang bertujuan untuk dapat disebarluaskan di media lainnya, fitur *like* dan *unlike*, fitur *youtube analytics* sebagai data riset konten dengan tujuan agar pembuat konten bisa mengetahui perkembangan *channel* dan kontennya, dan masih banyak lainnya. Inilah yang membedakan *platform youtube* dengan *platform* lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah bagaimana peran sinematografi dalam sebuah pembuatan konten pada program acara Jogja Akhir Pekan episode "Obelix Hills" di *platform Youtube* MQFM Jogja?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan program acara Jogja Akhir Pekan yang terdapat di channel *youtube* MQFM Jogja.
2. Menjelaskan peran sinematografi dalam proses produksi konten program Jogja Akhir Pekan
3. Menjelaskan jenis dan teknik sinematografi apa saja yang digunakan pada proses produksi konten program Jogja Akhir Pekan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a) Dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang sinematografi serta penerapannya dalam produksi sebuah konten.

- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran baru dalam kajian sinematografi serta penerapannya pada dunia perfilman maupun konten digital.

2. Manfaat praktis

- a) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi oleh para pembuat konten digital bagaimana sinematografi dan penerapannya dalam suatu proses produksi konten..
- b) Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam memahami bagaimana proses teknik sinematografi yang baik.

