

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kuliner merupakan salah satu sektor yang terus berkembang setiap harinya. Mati satu tumbuh seribu alias selalu ada yang baru. Masyarakat berlomba-lomba untuk mengikuti trend kuliner yang sedang *hype*. Hal itu dilakukan mereka spontan demi mendapatkan keyakinan atas eksistensi dirinya sendiri. Dan dalam praktiknya masyarakat dewasa ini semakin lincah dalam mencari informasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada demi memenuhi kebutuhan kuliner yang kini bukan lagi hanya sebagai kebutuhan primer tapi sudah menjadi *life style*.

Film dokumenter ini merupakan sebuah penciptaan karya seni dalam bentuk *audio visual* dengan objek yang merupakan perkembangan dari teknologi informasi berupa *foodgram* yang memberikan pengaruh besar terhadap kemajuan kuliner di Yogyakarta. Kuliner Yogyakarta yang begitu beragam serta besarnya keterlibatan dan pengaruh *foodgram* dalam kegiatan promosi kuliner menjadi alasan penting agar film ini diwujudkan. Media instagram yang lazim diketahui sebagai media berbagi foto dan video ternyata mampu memberikan titik cerah bagi pelaku usaha untuk mengiklankan usaha kulinernya secara tepat dan cepat.

Film dokumenter *expository* “Foodfluencer” berupaya menghadirkan film yang membicarakan tentang besarnya peran *foodgram* dalam memajukan kuliner Yogyakarta dari sudut pandang pihak langsung yang terdampak yaitu pelaku usaha dan masyarakat langsung. Dengan mengangkat dan menceritakan pengaruh *foodgram* ke dalam media film dokumenter diharapkan bisa membuat penonton tersadar betapa teknologi bisa membawa dampak besar yang positif jika dimanfaatkan dengan baik. Hal tersebut merupakan tujuan dari film dokumenter “Foodfluencer” yang informatif didukung oleh *statement-statement* yang disampaikan oleh narasumber dan dikuatkan pula dengan *shot-shot* untuk memperkuat informasi. Dengan adanya pendokumentasian terkait cara kerja, fungsi, dan peranan *foodgram* terhadap kuliner di Kota Yogyakarta bisa menjadi sumber data dalam hal teknologi, ekonomi maupun bidang ilmu lainnya yang

ingin mengetahui peran *foodgram* untuk tujuan edukasi merupakan salah satu alasan tujuan dalam pembuatan karya film dokumenter ini.

Pendekatan *expository* merupakan konsep yang diterapkan pada film dokumenter “Foodfluencer”. konsep ini menjadi kekuatan yang berhasil digunakan untuk menyampaikan informasi baik melalui *statement* narasumber atau narasi yang disampaikan lewat *voice over* yang digunakan untuk menjelaskan visualisasi yang tidak dapat sepenuhnya tergambarkan. Kekuatan *footage*, narasi yang disusun sedemikian rupa hingga begitu informatif dan persuasif, juga penambahan grafis menjadi upaya *expository* yang kuat dan berhasil diwujudkan dalam film ini. Dalam film ini juga sutradara juga mudah untuk menentukan sudut pandang mana yang akan dicapai karena subjektivitas seorang sutradara akan menentukan hasil akhir dari sebuah film dokumenter.

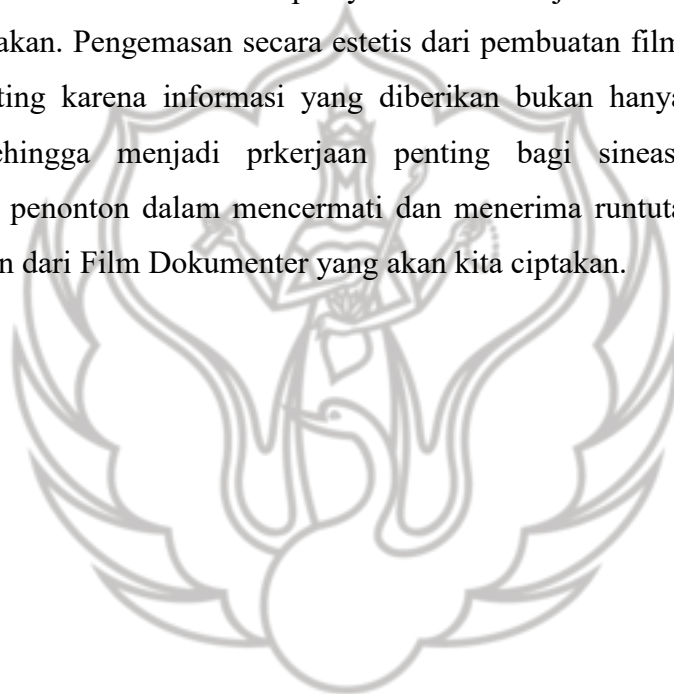
B. Saran

Walaupun masyarakat menggunakan instagram sebagai media pencarian informasi setiap harinya, namun masih banyak yang belum mengetahui mengenai sosok *foodgram* dari cara kerja dan perannya yang besar terhadap kuliner di Yogyakarta. Melalui film dokumenter “Foodfluencer” hal tersebut bisa untuk menambah wawasan para pengguna teknologi khususnya untuk pemanfaatan di bidang kuliner.

Kepada sineas semoga dengan adanya film dokumenter ini akan semakin menambah semangat untuk menciptakan film-film yang mendokumentasikan trend teknologi untuk menyadarkan keterlibatan teknologi dalam suatu bidang kehidupan atau sektor dapat bermanfaat positif. Karena hal ini begitu dekat dengan kehidupan kita sehingga kedepannya bisa menggali topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pemilihan ide dalam membuat film dokumenter dipilih sesuai dengan cerita yang baik sehingga pesan yang ada dalam film akan mudah tersampaikan. Sebuah film dokumenter harus mempunyai maksud dan tujuan, film tersebut dibuat untuk siapa dan untuk apa.

Saran untuk sineas yang akan membuat karya serupa, untuk lebih mempersiapkan waktu semaksimal mungkin dalam proses pengambilan gambar

dan wawancara sebab adanya pandemik dapat mempengaruhi jadwal yang telah disusun. Selain itu semakin lama waktu yang tersedia juga akan berpengaruh terhadap lengkapnya informasi dan gambar yang didapatkan sehingga berpengaruh terhadap matangnya informasi yang disampaikan dalam film. Dalam pembuatan karya dokumenter khususnya *expository* sebagai sutradara harus menjaga objektivitas agar gagasan yang akan diwujudkan ke dalam karya Film Dokumenter tetap terjaga tidak terpengaruh terpengaruh oleh objektivitas dari narasumber. Pemilihan narasumber yang tepat akan menjadi sangat penting dan menjadi kunci utama dalam tercapainya atau tidak tujuan dari sebuah film yang akan diciptakan. Pengemasan secara estetis dari pembuatan film dokumenter juga sangat penting karena informasi yang diberikan bukan hanya bertujuan untuk hiburan sehingga menjadi pekerjaan penting bagi sineas untuk menjaga konsentrasi penonton dalam mencermati dan menerima runtutan informasi yang disampaikan dari Film Dokumenter yang akan kita ciptakan.



DAFTAR SUMBER RUJUKAN

- Ayawaila, Gerzon R. 2008. Dokumenter dari ide sampai produksi. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi – Institut Kesenian Jakarta PRESS
- Barnouw, Erick. 1983. *Documentary, A History of The Non-Fiction Film*. New York: Oxford University Press.
- Beaver, Frank Eugene. 2006. *Dictionary of Film Terms : The Aesthetic Companion to Film Art*. New York : Peter Lang Publishing.
- Daru Winartai. 1996. “Makanan Tradisional di DIY dan Sekitarnya”. Dalam majalah Ilmu-ilmu Humaniora III, Yogyakarta; Gadjah Mada University Press.
- Djuniawati. 2011. Metode Penelitian Lapangan Sebagai Dasar Pembuatan Film Dokumenter. Bandung: Prodi Tv & Film.
- Himawan Pratista. 2008. Memahami Film. Yogyakarta: Homerian Pustaka
- Javandalasta, Panca. 2011. 5 Hari Mahir Bikin Film. Surabaya : Mumtaz Media
- Keraf, Gorys. 2010. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta. Gramedia.
- M. A., Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi). Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Nicholls, Bills. 2001. *Introduction to Documentary*. Indiana Polish : Indiana University Press.
- Rabinger, M. 1992. *Directing Documentary*. Boston - London : Focal Press.
- Salah Wahab. 1988. Pemasaran Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita
- Sanjaya, W. 2008. *Stategi Pembelajaran*. Bandung : Kencana Prenada Media group.
- Tanzil, Chandra. 2010. Pemula Dalam Film Dokumenter: Gampang-Gampang Susah. Jakarta : In-Docs
- Trimarsanto. Tonny.2011. Renita, Renita : catatan proses membuat film dokumenter. Klaten : Rumah Dokumenter.

DAFTAR SUMBER *ONLINE*

<http://newslab.uajy.ac.id/2017/12/06/foodgram-profesi-baru-di-era-digital/>

<https://swarakampus.com/web/2019/04/21/foodgram-hasilkan-jutaan-rupiah-dari-hobi-fotografi/>

<http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/180339> (Analisis Komunikasi dan Promosi Wisata Kuliner Melalui Media Sosial Instagram)

<https://studioantelope.com/6-jenis-penggunaan-montage-dalam-film-yang-bisa-kamu-terapkan/>



DATA NARASUMBER

Nama : Arief Budiman
 Umur : 33 tahun
 Jenis Kelamin : Laki- laki
 Alamat : Jl. Monjali, Sleman, DIY
 Pekerjaan : *Foodgram* dan entrepreneur
 Kontak Person : 0811 250 102

Nama : Rangga
 Umur : 30 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat : Jl. Kaliurang, Sleman, DIY
 Pekerjaan : *Foodgram*
 Kontak Person : 0856 4781 7826

Nama : Aziz Mulyansyah
 Umur : 36 tahun
 Jenis Kelamin : laki-laki
 Alamat : Jl. Kledokan, Seturan, Caturtunggal, Sleman, DIY
 Pekerjaan : *Manager* PT Satu Atap Corp
 Kontak Person : 0897 3375 892

Nama : Aditya Nanda
 Umur : 30 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jl. Anggajaya, Condongcatur, Sleman, DIY
 Pekerjaan : Entrepreneur bisnis kuliner
 Kontak Person : 0896 6966 1666

Nama : Muhammad Kahfi
Umur : 29 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Rasamala, Condongcatur, Sleman, DIY
Pekerjaan : *Manager* Esque Indo
Kontak Person : 0857 8223 7806

