

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN DASAR**



Judul Penelitian

**TREND VIDEO VERTIKAL DI KALANGAN PENGGUNA
PLATFORM DIGITAL AMATIR SEBAGAI ALTERNATIF PRODUKSI FILM**

Peneliti :

Ketua : Dr. Retno Mustikawati, S.Sn.,M.F.A. /NIP. 197710112002122001

Anggota Penelitian : Ghalif Putra Sadewa, S.Sn., M.Sn. /NIP. 199309302022031010

Anggota Mahasiswa : Muhammad Alvin Fadholi /NIM. 2111208032

Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2022

Nomor: DIPA-023.17.2.677539/2022 tanggal 17 November 2021

Berdasarkan SK Rektor Nomor: 307/IT4/HK/2022 tanggal 29 Juni 2022

Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian

Nomor: 3780/IT4/PG/2022 tanggal 1 Juli 2022

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN
November 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN DASAR**

Judul Kegiatan : TREND VIDEO VERTIKAL DI KALANGAN PENGGUNA PLATFORM DIGITAL AMATIR
SEBAGAI ALTERNATIF PRODUKSI FILM

Ketua Peneliti

Nama Lengkap : Retno Mustikawati, S.Sn., M.F.A., Ph.D.
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
NIP/NIK : 197710112002122001
NIDN : 0011107704
Jab. Fungsional : Lektor
Jurusan : Film Dan Televisi
Fakultas : FSMR
Nomor HP : 082119330570
Alamat Email : retnomustika7@gmail.com
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta : Rp. 11.950.000
Tahun Pelaksanaan : 2022

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : Ghaliif Putra Sadewa, S.Sn., M.Sn.
NIP : 199309302022031010
Jurusan : Fotografi
Fakultas : FSMR

Anggota Mahasiswa (1)

Nama Lengkap : Muhammad Alvin Fadholi
NIM : 2111208032
Jurusan : TELEVISI
Fakultas : SENI MEDIA REKAM

Mengetahui
Ketua Fakultas FSMR

Dr. Irwandi, M.Sn.
NIP. 19711272003121002

Yogyakarta, 15 November 2022
Ketua Peneliti


Retno Mustikawati, S.Sn., M.F.A., Ph.D.
NIP 197710112002122001

Menyetujui
Ketua Tim Pengkaji
Anggota Penelitian

Dr. Nur Sahid, M.Hum.
NIP. 1965202011989031001

RINGKASAN

Sindrom Video Vertikal, barangkali ungkapan itu cukup mewakili merebaknya menonton lewat telepon pintar dan juga maraknya pembuat konten digital amatir dengan format vertikal. Bagi pengguna aktif telepon pintar, vertikal adalah raja. Bagaimana tidak, seluruh komponen kehidupan digital membuat pengguna secara alam bawah sadar memegang telepon secara vertikal dalam kesempatan apapun. Tak butuh waktu lama bagi telepon pintar untuk menguasai seluruh aspek kehidupan. Penetrasi demi penetrasi dilakukan, dari fleksibilitas, kecerdasan buatan, hingga ruang tonton privasi yang bergerak dinamis.

Sebagai titik pijak baru dalam kurun waktu yang cukup panjang, video dengan format vertikal seakan-akan melahirkan secercah harapan dalam suasana perfilman yang terkesan eksklusif dan kaku. Sejak kemunculannya pada berbagai platform digital semacam Snapchat, TikTok, Facebook, Instagram, hingga Twitter tren film pendek dengan konsep *portrait* mendapatkan perhatian lebih, baik dari insan perfilman, kritikus, akademisi, dan penonton. Video vertikal kini merubah budaya menonton sekaligus cara penonton dalam menikmati video *online*. Tentu saja selain dominasi media sosial yang menguat, juga didukung keunikan pengemasan dan distribusi yang dirasa pas dan cenderung lebih nyaman meninjau penggunaan telepon genggam yang semakin pesat.

Keterbatasan ruang cerita memaksa tim kreatif berupaya lebih dalam kerangka mencipta. Begitu pula dengan *talent* yang terlibat, format vertikal memberikan tantangan eksplorasi yang lebih pada ekspresi dan gerak tubuh. Hal ini mungkin saja tidak terlalu dijamah pada era sebelumnya (zona ruang kerja kamera *landscape*). Sekaligus tetap memperhatikan muara produksi yakni menyoal distribusi pada jaringan bioskop yang barangkali masih teguh dengan komitmen format horizontal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam mengumpulkan data, memanfaatkan banyak literatur saat ini dan praktik yang melingkupi fenomena produksi video vertikal dan upaya untuk menyatukan jalinan kerja sama yang saling menguntungkan antara gagasan ide dan teknologi terbaru. Target luaran penelitian ini berupa publikasi jurnal Sinta dua (Rekam).

Hasil penelitian berupa pengetahuan dan rekomendasi tentang pengemasan dan distribusi produksi film dalam format vertikal yang tepat, sehingga nyaman untuk ditonton oleh pengguna platform digital di masa semakin pesatnya perkembangan teknologi, namun juga tidak melupakan unsur seni yang diolah menjadi saling beririsan untuk menghasilkan tayangan yang sesuai dengan tuntutan zaman.

Kata kunci: Video Vertikal, Platform Digital, Produksi Film, Seni, Teknologi

PRAKATA

Penulis mengucapkan terima kasih dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan kemajuan penelitian yang berjudul “Trend Video Vertikal Di Kalangan Pengguna Platform Digital Amatir Sebagai Alternatif Produksi Film”. Penelitian ini merupakan upaya sintesis dan eksplorasi untuk memformulasikan pengetahuan dan rekomendasi tentang pengemasan dan distribusi produksi film dalam format vertikal.

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat dan mendukung proses penulisan laporan ini. Rasa hormat dan ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Pembantu Rektor I Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. St. Hanggar Budi Prasetya, M.Si.
3. Ketua Lembaga Penelitian Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Nur Sahid, M.Hum.
4. Civitas Akademika Fakultas Seni Media Rekam,
5. Seluruh tim LPPM Institut Seni Indonesia Yogyakarta, atas segala dukungannya,
6. Seluruh anggota tim penelitian, yaitu Ghalif Putra Sadewa, S.Sn., M.Sn. dan Muhammad Alvin Fadholi,
7. Keluarga penulis, atas dukungan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kritik dan saran yang membangun demi menambah pengetahuan baru.

Yogyakarta, 15 November 2022

Dr. Retno Mustikawati, S.Sn., M.F.A.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR	II
RINGKASAN	III
PRAKATA.....	IV
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR GAMBAR.....	VI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	6
BAB IV METODE PENELITIAN	7
BAB V HASIL YANG DICAPAI	10
BAB VI KESIMPULAN.....	13
DAFTAR PUSTAKA.....	14
LAMPIRAN.....	15
<ul style="list-style-type: none">- Draf Artikel Ilmiah- Bukti status <i>submission</i> artikel ilmiah pada <i>Journal of Urban Society's Art</i>- Paper Artikel Ilmiah Seminar Internasional ICAPAS- Bukti Keikutsertaan Seminar Internasional ICAPAS 2022 (Sertifikat)- Copy Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) 100%- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70%- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 30%	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tangkapan layar pada aplikasi Instagram versi bisnis.....	2
Gambar 2. Tangkapan layar pada aplikasi Tiktok.	2
Gambar 3. Tangkapan layar pada platfrom Youtube Short Premium.	2
Gambar 4. Tangkapan layar pada aplikasi Instagram.	2
Gambar 5. Tangkapan layar pada platform Snack Video	2
Gambar 6. Pemetaan topik penelitian	8
Gambar 7. Bagan alur metode penelitian.....	9

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Video vertikal mendapatkan popularitas di antara pembuat konten untuk media sosial karena rasio aspek biasanya sesuai dengan cara pengguna ponsel memegang ponsel mereka dan oleh karena itu cara mereka menonton konten video sekarang. Dalam beberapa tahun terakhir rasio aspek 9:16 telah ditetapkan sebagai persyaratan yang muncul dalam pasar video profesional karena perusahaan telah menyadari nilai komersial dari pembuatan video secara vertikal untuk konsumsi seluler.

Industri film telah menghabiskan lebih dari seratus tahun mengkhususkan diri dalam produksi videografi horizontal dan tidak adanya literatur dan pelatihan yang dapat membantu mendukung pembuat film vertikal saat mereka mempelajari keahlian mereka. Pada tahun 1930, *Academy of Motion Picture Arts and Science* mengusulkan pembuatan film dengan bingkai horizontal standar untuk tampilan bioskop berdasarkan estetika, tujuan komersial dan pembenaran secara fisiologis (Clayton, 2019). Namun, dengan dahsyatnya perkembangan teknologi digital saat ini perbedaan konten video vertikal antara amatir dan profesionalpun menjadi semakin kabur. Dengan durasi yang relatif pendek, plot menarik, serta penokohan yang apik dirasa menjadi ramuan ampuh untuk menahan sejenak pengguna telepon pintar guna meresapi cerita (tendensi) film tanpa berpindah tempat.

Meskipun permintaan untuk produksi video vertikal meningkat, faktanya, ketidakhadiran literatur tentang bagaimana video vertikal harus diproduksi dan khususnya tidak adanya bahan ajar dalam kaitannya dengan narasi vertikal, komposisi dan sinematografi masih signifikan (Clayton, 2019). Meskipun pembuatan film telah dibahas dan dianalisis untuk lebih dari satu abad, munculnya produksi video vertikal telah disambut oleh tidak adanya analisis teoritis untuk media ini. Sedemikian rupa sehingga beberapa produser video memiliki hanya mengabaikan kepraktisan produksi video vertikal sebagai tidak menguntungkan atau tidak mungkin, tanpa menyelidiki peluang kreatif yang dimungkinkan oleh rasio aspek. Maka, pembuat film sekarang harus secara harfiah dan metaforis berpikir di luar kotak pembingkai 'horizontal', platform video vertikal mengubah berbagi sosial ketika pertama kali muncul pada tahun 2013, dan telah mengambil waktu bagi dunia pemasaran untuk menerima bahwa tren tersebut tetap ada hingga saat ini, bahkan semakin awam dilakukan oleh kalangan pengguna platform digital amatir.

Kita menyaksikan sebuah perkembangan peradaban manusia yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Bertemunya bidang seni, teknologi, dan ilmu pada titik yang begitu produktif. Masing-masing bidang berlomba menyuguhkan kemudahan akses hingga menggeser dari yang awalnya kebutuhan tambahan (*soft skill*) kini menjelma kebutuhan sekunder bahkan primer. Pertanyaannya, siapkah kita menjadi subjek bukan saja objek? atau bagaimana cara kita memperlakukan era digital?

Untuk menjawab pertanyaan di atas maka diperlukan jalinan kerja sama yang saling menguntungkan antara gagasan ide dan teknologi terbaru. Menumbuhkan mitra kreatif antara dua kutub ini menjadi kunci kalau kita masih ingin bersaing dan mendapatkan perhatian dari dunia luar. “*Aku berpikir maka aku ada*”, ungkapan Rene Descartes begitu tepat sekali menggambarkan keberadaan hari ini. Suatu individu dianggap hadir jika kerangka gagasannya muncul di dua belahan dunia, nyata dan maya. Keterbukaan pada dua alam inilah yang justru mampu membangkitkan kepercayaan dalam meningkatkan semangat berkarya. Mencari terobosan baru guna menciptakan peluang bagi insan film dalam dunia yang serba bergerak cepat.

Di bawah ini beberapa contoh penggunaan video vertikal. Berurutan dari kiri atas hingga ke kanan bawah: film pendek, web series, iklan layanan masyarakat, *feature*, dan iklan komersial.



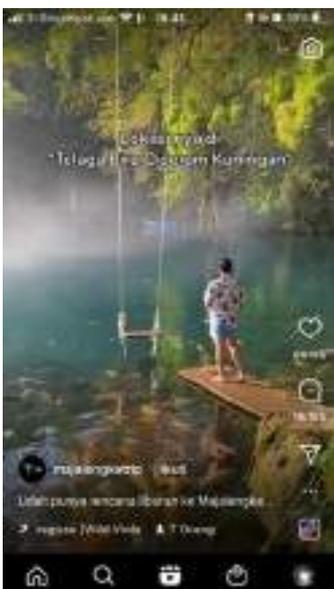
Gambar 5. Tangkapan layar pada platform Snack Video



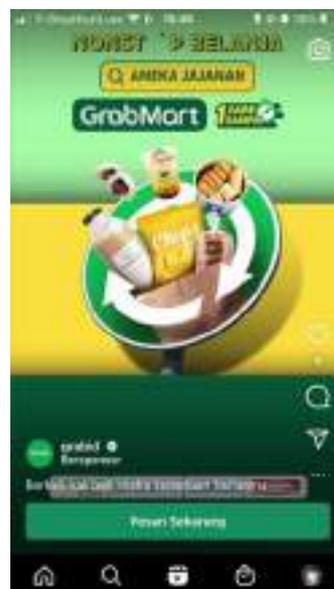
Gambar 2. Tangkapan layar pada aplikasi Tiktok.



Gambar 3. Tangkapan layar pada platform Youtube Short Premium.



Gambar 4. Tangkapan layar pada aplikasi Instagram.



Gambar 1. Tangkapan layar pada aplikasi Instagram versi bisnis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan penelitian yang akan dipecahkan adalah: Bagaimana memformulasikan proses produksi film dan distribusi film pada trend layar vertikal?