

GAYA PERFORMATIF DALAM *FEATURE*

“KAPAN KE JOGJA LAGI?”

KARYA SENI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi



disusun oleh :

Novanda Fibrianti

NIM: 1010515032

**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

GAYA PERFORMATIF DALAM *FEATURE*

“KAPAN KE JOGJA LAGI?”

KARYA SENI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi



disusun oleh :
Novanda Fibrianti
NIM: 1010515032

**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan diterima oleh tim penguji Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 16 Juli 2014

Dosen Pembimbing I / Anggota Penguji

Latief Rakhman Hakim, M.Sn.
NIP : 19790514 200312 1 001

Dosen Pembimbing II / Anggota Penguji

Nanang Rakhmad Hidayat, M.Sn.
NIP: 19660510 199802 1 006

Cognate / Penguji Ahli

Drs. Alexandri Luthfi R., MS
NIP: 19580912 198601 1 001

Ketua Jurusan Televisi

Dyah Arum Retnowati, M.Sn.
NIP: 19710430 199802 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. Alexandri Luthfi R., MS
NIP: 19580912 198601 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
JURUSAN TELEVISI
 Jl. Parangtritis Km. 6,5 Yogyakarta 55188
 Telepon (0274) 384107
 www.isi.ac.id

Form VIII : Pernyataan Mahasiswa

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Novanda Fibrianti
 No.Mahasiswa : 1010515032
 Angkatan Tahun : 2010
 Judul Penelitian/Perancangan karya : Gaya Performatif Dalam *Feature*
 "Kapan Ke Jogja Lagi?"

Dengan ini menyatakan bahwa dalam perancangan karya seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat tulisan atau karya yang pernah ditulis atau diproduksi oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah atau karya yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila dikemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 16 Juli 2014

Yang menyatakan



Novanda Fibrianti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta yang mendidik dengan penuh semangat dan cinta kasih

“Bapak Sudarmanto dan Ibu Undayati”

Kedua adikku tersayang yang selalu membanggakan saya

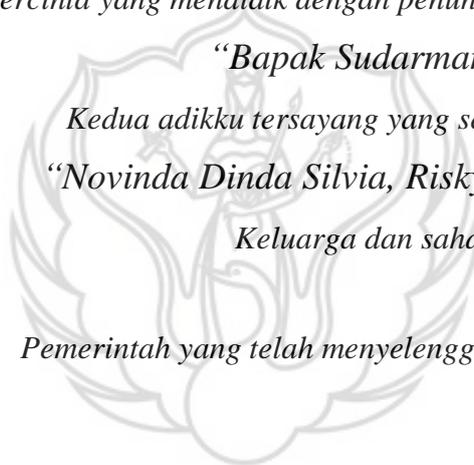
“Novinda Dinda Silvia, Risky Mahardika Saputra”

Keluarga dan sahabat yang penuh perhatian

dan

Pemerintah yang telah menyelenggarakan program beasiswa

“BIDIK MISI”



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat rohani dan jasmani sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan Penciptaan Karya Tugas Akhir dengan judul *Gaya Performatif Dalam Feature “Kapan Ke Jogja Lagi?”* dengan lancar dan tepat waktu.

Penyusunan laporan dan penciptaan karya ini sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir (TA) dan menjadi syarat kelulusan perkuliahan. Tugas Akhir adalah mata kuliah terakhir dimana ilmu-ilmu yang dipelajari dan didapatkan semasa perkuliahan diaplikasikan dalam sebuah karya yang menjadi syarat utama kelulusan. Selain itu, penulisan laporan dan penciptaan karya ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dalam pengembangan kreativitas penciptaan kosep karya dan pangaplikasiannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penciptaan Tugas Akhir ini, sulit untuk dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almamater tercinta Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya.
3. Orang tua, adik, keluarga dan sahabat tercinta.
4. Kekasih hati Andika Indrayana, M.Ds.
5. Sahabat terbaik Adi Sutanto, S.Sn.
6. Bapak A. Noor Arief, selaku Direktur Utama PT Aseli Dagadu Djokdja.
7. Andika Indrayana, Anang Batas, I Dewa Putu Wijana, A. Noor Arief, Anggun Wijayana, Fransiska Verawati, Marsudi selaku narasumber.
8. Seluruh staf kantor PT Aseli Dagadu Djokdja.
9. Tim produksi yang terlibat dalam penciptaan Tugas Akhir ini.
10. Latief Rakhman Hakim, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I.
11. Nanang Rahmat Hidayat, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II.
12. Drs. Alexandri Luthfi R.,M.S., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam dan selaku Dosen Penguji Ahli.

13. Dyah Arum Retnowati, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam.
14. Agnes Karina Pritha Atmani, M.T.I., selaku Sekretaris Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam.
15. Zulisah Maryani, M.A. yang membantu dalam penulisan laporan pertanggung jawaban karya.
16. Raden Roro Ari P., S.H., L.LM., selaku Dosen Wali.
17. Prof. Dr. A.M. Hermien Kusmayati selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
18. Pamungkas Wahyu S., M.Sn., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Media Rekam.
19. Seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan.
20. Teman-teman angkatan 2010 Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta
21. Teman-teman Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta.
22. Staf pengajar dan seluruh karyawan Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta.
23. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak serta memberikan wacana pemikiran bagi kita semua.

Yogyakarta, 16 Juli 2014

Novanda Fibrianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAM PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR <i>CAPTURE</i>	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan	1
B. Ide Penciptaan Karya	6
C. Tujuan dan Manfaat	8
D. Tinjauan Karya	9

BAB II OBJEK PENCIPTAAN DAN ANALISIS

A. Objek Penciptaan	13
B. Analisis Objek	24

BAB III LANDASAN TEORI

A. Televisi	31
B. <i>Feature</i>	33
C. Dokumenter	35
D. Performatif	37
E. Bahasa Plesetan	40
F. Desain Grafis	42
G. Penyutradaraan	49

BAB IV KONSEP KARYA

A. Konsep Estetik	55
B. Desain Program	62
C. Desain Produksi	65
D. Konsep Teknis	69

BAB V PERWUJUDAN DAN PEMBAHASAN KARYA

A. Tahapan Perwujudan Karya	76
B. Pembahasan	83

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	127
B. Saran.....	128

DAFTAR PUSTAKA	129
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

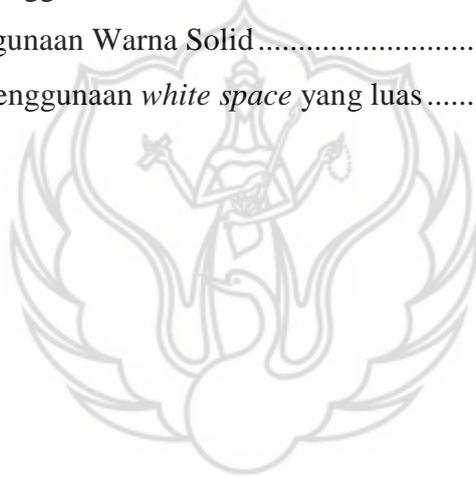
Gambar 1.1 Logo Dagadu Djokdja	2
Gambar 1.2 Desain Dagadu dalam kaos	3
Gambar 1.3 a-c Desain Dagadu dalam souvenir	3
Gambar 1.4 Logo <i>Bitter Sweet</i>	11
Gambar 1.5 Menggambar di kaca	11
Gambar 2.6 Aksara Jawa.....	15
Gambar 2.7 Walikan Dagadu	15
Gambar 2.8 The <i>Incredible Spirit Of Colors</i> PT Aseli Dagadu Djokdja	27
Gambar 3.9 Karya <i>pop art</i> bersifat bebas	43
Gambar 3.10 Poster <i>pop art</i> bersifat menghibur	44
Gambar 3.11 Karya <i>pop art</i> karya Andy Warhol dengan objek Marlyn Monroe	44
Gambar 3.12 Karya seni <i>pop art</i> dengan menggunakan warna cerah.....	45
Gambar 3.13 Karya <i>pop art</i> Andy Warhol yang menggunakan teknik repetisi	46
Gambar 3.14 Karya <i>pop art</i> Roy Lichtenstein dengan tipografi yang menonjol	47
Gambar 3.15 Karya <i>pop art</i> dengan teknik kolase.....	48
Gambar 3.16 Karya <i>pop art</i> dengan pembesaran ukuran pada tipografi	48
Gambar 5.17 Proses pengambilan gambar dengan <i>rig</i>	100

DAFTAR CAPTURE

<i>Capture 1.1</i> Menjadi Indonesia.....	10
<i>Capture 1.2</i> EXBT	12
<i>Capture 2.3</i> Referensi grafis yang menggunakan warna pop dan kolase ...	28
<i>Capture 5.4 a-b</i> Penggunaan gaya komik strip dalam <i>bumper</i>	87
<i>Capture 5.5 a-b</i> Visualisasi <i>opening bumper in dan out</i>	88
<i>Capture 5.6</i> Kolase mata.....	89
<i>Capture 5.7</i> Animasi mata sebagai idiom kreativitas	89
<i>Capture 5.8</i> <i>Vox pop</i>	89
<i>Capture 5.9</i> <i>Founder</i> Dagadu	90
<i>Capture 5.10</i> Animasi bahasa walikan.....	90
<i>Capture 5.11</i> Produk Dagadu.....	90
<i>Capture 5.12</i> Desain-desain Dagadu yang mengangkat lokalitas Yogyakarta.....	91
<i>Capture 5.13</i> Wawancara Direktur Utama Dagadu	91
<i>Capture 5.14</i> Sejarah <i>Pop art</i> di Inggris	92
<i>Capture 5.15</i> Animasi tokoh-tokoh <i>pop art</i>	92
<i>Capture 5.16</i> Animasi <i>pop art</i> yang diambil dari internet.....	92
<i>Capture 5.17</i> Wawancara pakar desain.....	93
<i>Capture 5.18</i> Desain Dagadu bergaya <i>pop art</i>	93
<i>Capture 5.19</i> Desain bergaya modern yang diambil dari internet	94
<i>Capture 5.20</i> Wawancara desainer Dagadu	94
<i>Capture 5.21</i> Wawancara tokoh plesetan.....	94
<i>Capture 5.22</i> Wawancara Direktur Utama Dagadu mengenai alasan pemilihan bahasa plesetan.....	95
<i>Capture 5.23</i> Wawancara Ahli Bahasa mengenai bahasa plesetan di Yogyakarta	95
<i>Capture 5.214</i> Wawancara <i>copywriter</i> Dagadu mengenai desain Dagadu yang bergaya poster	96
<i>Capture 5.25</i> Wawancara <i>Creative Director</i> mengenai desain Sudirman..	96

<i>Capture 5.26 a-c Animasi desain Sudirman</i>	97
<i>Capture 5.27 Salah satu kegiatan proses produksi</i>	97
<i>Capture 5.28 Animasi kriteria desain lolos produksi</i>	98
<i>Capture 5.29 Shot dengan penggunaan gildecam</i>	100
<i>Capture 5.30 Teknik kamera simple shot saat vox pop</i>	101
<i>Capture 5.31 a-c Teknik penggunaan kamera multicam</i>	101
<i>Capture 5.32 Penggunaan teknik timelapse</i>	102
<i>Capture 5.33 pergerakan tracking</i>	102
<i>Capture 5.34 Pergerakan panning</i>	103
<i>Capture 5.35 a-b Pergerakan tilt</i>	103
<i>Capture 5.36 Penggunaan foreground</i>	104
<i>Capture 5.37 Penggunaan DOF sempit</i>	104
<i>Capture 5.38 Penggunaan DOF luas</i>	104
<i>Capture 5.39 a-b Teknik backlight dalam lighting</i>	105
<i>Capture 5.40 Pengambilan gambar dengan available light</i>	106
<i>Capture 5.41 a-b Permainan transisi</i>	107
<i>Capture 5.42 Menulis dikaca saat meeting</i>	108
<i>Capture 5.43 Menyablon di atas kaca</i>	108
<i>Capture 5.44 Pemaknaan ulang terhadap karya sebagai bumper</i>	109
<i>Capture 5.45 Pemaknaan ulang terhadap karya sebagai transisi</i>	109
<i>Capture 5.46 Stop motion colorbar televisi</i>	110
<i>Capture 5.47 Penggunaan visualisasi televisi</i>	111
<i>Capture 5.48 Animasi dengan menggunakan dahan zaitun</i>	111
<i>Capture 5.49 Penggunaan Repetisi pada pengunjung Dagadu</i>	112
<i>Capture 5.50 Penggunaan Repetisi pada brand sister Dagadu</i>	113
<i>Capture 5.51 Penggunaan sinar pada desain Sudirman</i>	113
<i>Capture 5.52 Penggunaan sinar pada animasi kriteria desain lolos</i>	114
<i>Capture 5.53 a-b Penggunaan warna cerah dan blok</i>	114
<i>Capture 5.54 a-c Animasi dengan tipografi yang menonjol</i>	115
<i>Capture 5.55 a-b Penggunaan balon kata</i>	117

<i>Capture 5.56 a-b</i> Penggunaan panel komik	117
<i>Capture 5.57 a-b</i> Penggunaan dot sparasi dalam animasi bergaya komik..	118
<i>Capture 5.58</i> Pembesaran ukuran desain	119
<i>Capture 5.59</i> Penggunaan kamera digital untuk <i>stop motion</i>	120
<i>Capture 5.60</i> Penggunaan scanner untuk animasi	120
<i>Capture 5.61 Motion graphic</i> desain Dagadu	121
<i>Capture 5.62</i> Animasi <i>stop motion</i> terhadap kaos Dagadu.....	121
<i>Capture 5.63</i> Grafis dengan gaya modern	122
<i>Capture 5.64</i> Salah satu karya Piet Mondrian	122
<i>Capture 5.65</i> Grafis dengan mengadaptasi karya Piet Mondrian	123
<i>Capture 5.66 a-b</i> Penggunaan teknik Kolase	123
<i>Capture 5.67</i> Penggunaan Warna Solid	124
<i>Capture 5.68 a-b</i> Penggunaan <i>white space</i> yang luas	124



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Naskah *feature* “Kapan Ke Jogja Lagi?”
- Lampiran 2. Desain Poster
- Lampiran 3. Desain *Cover DVD*
- Lampiran 4. Desain Poster *Screening*
- Lampiran 5. Desain Undangan *Screening*
- Lampiran 6. Desain Katalog *Screening*
- Lampiran 7. Foto Dokumentasi *Screening*
- Lampiran 8. Foto Dokumentasi Produksi *feature* “Kapan Ke Jogja Lagi?”
- Lampiran 9. Kelengkapan Form



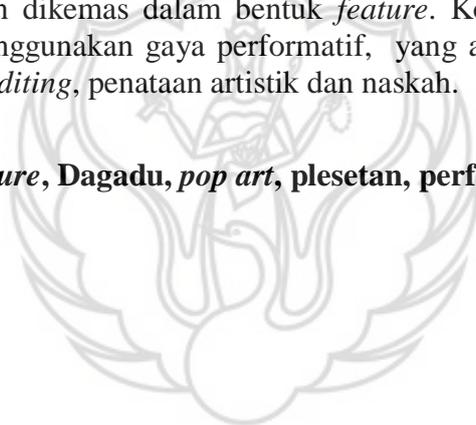
ABSTRAK

Televisi merupakan media komunikasi satu arah yang paling efektif untuk menyalurkan sebuah pesan. Kehadiran televisi tidak hanya sebatas sebagai alat komunikasi semata, namun juga sebagai media hiburan, pendidikan, dan informasi. Sehingga banyak stasiun televisi yang menawarkan program-program yang menarik bagi penontonnya, namun tidak semua program-program tersebut memiliki nilai edukasi.

Penciptaan program “Kapan Ke Jogja Lagi?” ini bertujuan untuk memberikan alternatif pilihan program bagi pemirsa yang memiliki nilai edukasi, informasi dan hiburan. Program ini tidak hanya menawarkan konsep naratif akan tetapi juga konsep visual yang menarik.

Objek penciptaan karya seni ini adalah Dagadu dengan mengambil sudut pandang *style* atau karakter Dagadu, yang secara desain bergaya *pop art* dan modern dan menggunakan bahasa plesetan dalam desain-desainnya. Program ini akan menjelaskan apa yang dimaksud *pop art* dan modern serta bahasa plesetan, objek ini kemudian dikemas dalam bentuk *feature*. Konsep estetika penciptaan Karya Seni ini menggunakan gaya performatif, yang akan disampaikan melalui teknis videografi, *editing*, penataan artistik dan naskah.

Kata Kunci : *Feature, Dagadu, pop art, plesetan, performatif*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Berbicara mengenai *fashion* pasti tak akan ada habisnya, karena *fashion* selalu mengikuti perkembangan zaman. Begitu juga para desainer selalu berlomba-lomba untuk menciptakan gaya dan model terbaru. *Fashion* sudah dianggap sebagai status sosial seseorang di mata masyarakat. Semakin tinggi status sosial mereka semakin tinggi pula uang yang harus dikorbankan untuk urusan *fashion*. *Fashion* mempengaruhi kepercayaan diri seseorang, dan setiap lapisan masyarakat pun juga berlomba-lomba untuk selalu tampil maksimal untuk urusan *fashion*. *Fashion* juga sebagai perantara untuk menentukan identitas diri dan kepribadian seseorang. Semakin banyak para desainer yang berupaya untuk membuat tren *fashion* guna ikut mewarnai kebegaraman model *fashion* di Indonesia. Ada beragam bentuk *fashion* baik aksesoris, gaun, celana, rok, *blouse*, maupun hanya sebuah kaos. Kaos adalah baju yang sangat sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

“Kaos adalah media komunikasi grafis yang dicetak di atas kain katun atau TC. Cara mencetaknya adalah menggunakan teknik cetak saring atau sablon. Bagian yang tercetak biasanya bagian depan dan bagian belakang. Unsur-unsur yang digunakan meliputi warna, teks dan ilustrasi.” (Pujiriyanto, 2005:28).

Kaos sekarang sudah melampaui fungsinya sebagai sekadar pakaian, namun kini kaos bagi penggunanya digunakan sebagai pemberi identitas diri sedangkan untuk produsen kaos digunakan sebagai media ekspresi maupun penyalur ideologi.

Salah satu perusahaan yang memfokuskan diri dalam dunia *fashion* khususnya kaos adalah PT Aseli Dagadu Djokdja yang berada di daerah Yogyakarta. PT Aseli Dagadu Djokja adalah salah satu contoh perusahaan yang mampu menciptakan produk yang keratif. PT Aseli Dagadu Djokdja selalu berusaha menghadirkan produk mereka dengan ke kreativitasan mengolah kata yang disebut dengan bahasa *plesetan*, sebagai bahasa yang digemari masyarakat

Yogyakarta. Sebenarnya bahasa plesetan bukanlah bahasa khas Yogyakarta, namun masyarakat Yogyakarta sangat gemar memakai bahasa plesetan sehingga banyak yang beranggapan bahwa bahasa plesetan adalah bahasa khas Yogyakarta. Padahal bahasa plesetan dahulunya dipakai oleh orang Jawa, baik Jawa Timur, Jawa Tengah, maupun Jawa Barat. Namun hingga saat ini eksistensi bahasa plesetan masih bisa dipertahankan di Yogyakarta.



Gambar 1.1 Logo Dagadu Djokdja

Bahasa *plesetan* itu kemudian diparodikan dalam sebuah desain, desain Dagadu selalu mengedepankan sebuah humor, parodi, *plesetan* sebagai senjata keunikan produk Dagadu. Selain itu Dagadu juga mempunyai ciri khas lainnya dalam segi desain, yaitu menggunakan desain dengan bergaya *pop art* dan modern. Dagadu selalu membicarakan hal-hal yang dianggap populer di masyarakat, sesuai dengan apa yang menjadi konsep dari *pop art* dan modern yang membicarakan hal-hal yang populer dan kekinian. Dagadu sangat tepat dengan pemilihan medium cinderamata seperti kaos, tas, gantungan kunci, dan lainnya yang termasuk dalam konteks budaya populer untuk mengemas hal-hal yang bersifat lokalitas. Dagadu muncul tidak hanya sebagai sebuah cinderamata saja, namun juga berbicara mengenai budaya dan fenomena. Yaitu budaya berbahasa plesetan yang menjadi ciri khas masyarakat Yogyakarta dan membicarakan fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya Yogyakarta. Dalam hal ini Dagadu yang hadir sebagai alternatif cinderamata di Yogyakarta, cukup memberikan warna bagi keberagaman budaya di Yogyakarta.



Gambar 1.2 Desain Dagadu Dalam Kaos (diakses dari www.dagadu.co.id)



a.

(diakses dari www.injie.com)



b.



c.

(diakses dari www.dagadu.co.id).

Gambar 1.3 a-c Desain Dagadu Dalam Souvenir

Keberhasilan Dagadu dalam membangun *brand* sampai membentuk identitasnya yang menggunakan bahasa humor, tentunya mendapatkan apresiasi. Dagadu muncul untuk memberikan bukti nyata tentang keberadaan bahasa

plesetan di tengah masyarakat Yogyakarta, dengan media yang berbeda dan menarik. Dalam hal ini Dagadu turut serta dalam mengembangkan kearifan lokal Yogyakarta, tidak hanya sebatas kegiatan berdagang. Melihat fenomena tersebut dirasa perlu adanya media yang mampu untuk mendokumentasikan keberadaan Dagadu. Perkembangan teknologi kini sudah turut mendongkrak kemajuan dalam berkomunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi manusia semakin dimudahkan dalam berkomunikasi. Media elektronik khususnya televisi kini muncul menjadi idola untuk berkomunikasi, hampir setiap lapisan masyarakat disetiap tataran ekonomi dapat menjangkau keberadaan media ini. Televisi cukup mempunyai andil yang sangat besar dalam mentransfer sebuah pesan. Hal ini dikarenakan sifat-sifat media televisi yang tidak hanya tampil sebagai media auditif namun juga memberikan visual.

“Bahwa televisi mempunyai daya tarik yang kuat tidak perlu dijelaskan lagi, kalau radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur-unsur kata, musik dan *sound effect*, maka televisi selain ketiga unsur tersebut, juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkangambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman, sedang televisi itu selain menyajikan film juga program yang lain.” (Effendy, 2003:177).

Sesuai dengan penjelasan di atas jelas posisi televisi sudah mampu mendahului media-media yang lainnya. Kehadiran televisi di tengah-tengah masyarakat telah mendorong dalam perubahan kultur budaya dan perubahan sosial yang begitu pesat. Televisi kini menjelma menjadi media yang tidak sebatas memberi hiburan semata. Televisi mempunyai konsekuensi untuk menghadirkan tayangan program yang memiliki nilai informasi, pendidikan, dan hiburan.

Televisi sebagai media auditif visual mempunyai banyak format program acara. Akan tetapi format program tersebut dapat digolongkan menjadi dua cabang, yaitu program informasi dan hiburan. Dalam menentukan format program yang dipilih tidaklah mudah, objek yang dipilih juga harus sesuai dengan format program. Hal ini akan meningkatkan ketertarikan penonton terhadap program yang akan diproduksi, dengan pengemasan yang tepat tentunya akan

menghasilkan sebuah tayangan yang menarik. Salah satu program informasi yaitu program *feature*. Program *feature* dirasa tepat untuk menjadi media auditif visual untuk mendokumentasikan keberadaan Dagadu, dimana dengan keberagaman format program yang disajikan dirasa akan menjadikan program ini dinamis. Program *feature* akan dikemas ringan tapi tetap kritis, menghibur dan dengan visual yang menarik. Terlebih *Feature* ini akan dikemas dengan pendekatan performatif, dengan pengemasan semenarik mungkin. Ekspresif dengan berbagai variasi *shot* dan permainan grafis yang mengikuti desain gaya populer dan modern. Ilustrasi musik akan memasukkan musik jazz “Kapan ke Jogja Lagi ?” sebagai musik milik Dagadu, sehingga nuansa objek akan masuk ke visualisasi dalam program ini.

“Setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audien untuk tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal yang lain. Vane-Gross mendefinisikan energi sebagai “*the quality that infuses a sense of pace and excitement into a show. It is the charging of the screen with pictures that won't let the viewer turn away*”. Energi merupakan kualitas yang menekankan pada kecepatan cerita dan semangat ke dalam cerita dengan menyajikan gambar-gambar yang tidak bisa ditinggalkan penonton. Berdasarkan definisi Vane-Gross diatas maka suatu program yang memiliki energi harus memiliki tiga hal, yaitu:

1. Kecepatan Cerita
2. *Excitement* (daya tarik)
3. Gambar yang kuat.” (Morrisan, 2005:139).

Program *feature* ini akan dikemas dengan penuturan yang sederhana, dengan visualisasi gaya performatif sebagai daya tarik visual dan gambar yang kuat. *Feature* ini secara visual akan mengarah ke desain Dagadu yang menggunakan gaya populer dan modern, sedangkan untuk bahasan akan mengulas bahasa atau teks yang digunakan dalam desain Dagadu yang menggunakan bahasa *plesetan*. Hal ini tentu sangat menarik karena keberadaan bahasa *plesetan* adalah sebagai budaya lokal Yogyakarta yang sudah sejak dulu dipakai oleh masyarakat Yogyakarta baik kaum muda maupun tua. Bahkan, sampai sekarang masih banyak bahasa *plesetan* yang dipakai oleh pelawak-pelawak Yogyakarta. Bahasa *plesetan* mungkin kini sudah tergerus oleh kehadiran bahasa gaul yang lebih bersifat

modern. Apresiasi Dagadu yang muncul menggunakan bahasa *plesetan* dalam desainnya tentunya patut dijadikan objek pada program *feature* ini.

B. Ide Penciptaan Karya

Proses penggalan ide bisa muncul dari berbagai hal, dari mimpi, pengalaman, cerita teman, karya orang lain, kisah nyata dan imajinasi. Ide tersebut kemudian dikembangkan menjadi sebuah tema, kemudian berlanjut pada riset. Ide pembuatan *feature* ini berawal dari pengamatan di daerah Malioboro yang sepanjang jalan dipadati oleh penjaja oleh-oleh khas Yogyakarta, aksesoris, batik, tas, sandal, miniatur, sampai kaos oblong. Kaos oblong khas kota Yogyakarta adalah kaos Dagadu yang sudah sejak tahun 1994 dikenal oleh masyarakat luas. Keprihatinan mulai muncul ketika melihat puluhan pedagang kaos oblong yang menjajakan kaos di sepanjang Malioboro dahulunya pernah memalsukan kaos dengan merek Dagadu. Meskipun kenyataannya sekarang mereka sudah mengganti nama *brand* mereka dengan nama lain, tetapi sampai saat ini juga masih saja ada pedagang nakal yang masih menjual dengan nama Dagadu.

Keprihatinan ini kemudian menuntun untuk membuat sebuah program *feature*. Riset awal dilakukan dengan mencari buku, artikel di internet, sampai dengan wawancara. Dari riset awal ini justru ditemukan ide baru dengan lebih menitik beratkan pada sudut pandang penggunaan bahasa *plesetan* yang digunakan dalam desain Dagadu yang mengandung humor dan parodi. Tentu hal ini justru lebih menarik dibandingkan dengan mengambil sudut pandang keberadaan Dagadu yang muncul sebagai pioner kemudian banyak ditiru oleh pedagang-pedagang nakal. Hal ini sering terjadi ketika melakukan riset dan justru menemukan hal yang lebih menarik lagi untuk diungkap, dan memberikan informasi baru terhadap penonton. "*Feature* sebagai suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai format." (Wibowo, 2009:186).

Berbagai format yang akan ditampilkan dalam program *feature* ini berupa *vox pop*, wawancara yang mewakili opini, liputan yang mewakili dokumenter,

serta musik dan teknis pengemasan program baik pengambilan gambar, *lighting* dan *editing* mewakili unsur ekspresi. Program *feature* ini kemudian dikemas dengan pendekatan performatif, yang bertujuan untuk lebih menarik perhatian penonton dengan *shot-shot* sebagai bentuk ekspresi dari program *feature* ini. Selain itu karena penggunaan desain sablon kaos yang dekat dengan unsur seni rupa, jadi sangat memungkinkan mengemas program ini dengan pendekatan performatif, dibantu dengan *shot-shot* dan grafis yang memang sudah direkonstruksikan saat pembentukan naskah. Pendekatan performatif ini akan lebih menambah *mood* dan nuansa yang kental dengan objek sehingga menampilkan subjektivitas.

Pendekatan performatif dalam program “Kapan Ke Jogja Lagi?” ini akan diwujudkan dalam grafis yang mengikuti gaya desain Dagadu yaitu *pop art* dan modern. Selain grafis, visualisasi yang performatif akan disampaikan melalui teknik kamera, *editing* dan penataan artistik. Dalam hal ini sutradara yang bekerja dengan imaji-imajinya sangat mempengaruhi dalam perwujudan visualisasi performatif program “Kapan Ke Jogja Lagi?”. Sutradara dituntut untuk menghadirkan objek dalam visualisasi program “Kapan Ke Jogja Lagi?”, sehingga penonton akan sangat merasakan betul objek yang dalam program tersebut.

Penciptaan program dengan menitikberatkan pada pembahasan mengenai penggunaan bahasa *plesetan* dalam desain kaos Dagadu berarti juga memberikan informasi yang menarik kepada penonton tentang gaya *pop art* dan modern, bahasa *plesetan* yang mengangkat lokalitas Yogyakarta dan mengangkat fenomena-fenomena yang terjadi di Yogyakarta. Selain dagadu mengangkat bahasa *plesetan* sebagai kearifan lokal Bahasa Jawa yang sudah mulai tergeser oleh budaya pop, dan yang justru menjadi lebih menarik Dagadu mengemas bahasa *plesetan* tersebut dalam konteks budaya populer. Objek ini sangat efektif dijadikan sebagai bahan pembuatan program *feature* yang kemudian ditayangkan pada sebuah stasiun televisi, mengingat keefektifan televisi dalam menyampaikan informasi karena dikemas secara auditif visual. Dengan kelebihan tersebut televisi menjadi media yang komunikatif dalam menyampaikan pesan, serta upaya pembentukan sikap, pola pikir dan perilaku masyarakat. Selain itu kini televisi

adalah media yang bisa ditemui dimana saja, saluran televisi kini sudah merambat di setiap tembok rumah, baik di kota, pedalaman maupun perbatasan.

“Dengan penayangan yang gencar terhadap materi dokumenter/aktualitas/realis di televisi tidak hanya mendukung pandangan tidak kritis televisi menyediakan potret dunia, melainkan juga memperkuat pandangan kritis bahwa televisi menarik pemirsa ke dalam posisi dan pemahaman budaya tertentu” (Burton, 2007:252).

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Menambah minat masyarakat terhadap program *feature*.
- b. Mengeksplorasi gaya performatif dalam penciptaan sebuah program informatif yang tetap memberikan sebuah elemen hiburan dengan visualisasi gaya modern dan pop serta sebagai penekanan karakter program yang mengangkat Dagadu.
- c. Menciptakan suatu program *feature* yang memberikan informasi tentang gaya desain dan bahasa *plesetan* dalam desain kaos Dagadu Djokdja.
- d. Menciptakan program *feature* yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga bermuatan pendidikan dan inspiratif yang dikemas dalam bentuk performatif.
- e. Menghadirkan tayangan alternatif yang informatif dan menghibur kepada masyarakat Indonesia di tengah gencarnya program hiburan yang sifatnya kurang mendidik dan minim informasi

2. Manfaat

- a. Memberikan informasi tentang gaya *pop art*, modern dan bahasa *plesetan* dalam desain kaos Dagadu Djokdja.
- b. Menambah pengetahuan masyarakat luas akan kerativitas dalam menciptakan desain khususnya bagi kalangan masyarakat yang bergelut di dunia desain.
- c. Sebagai upaya untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya kearifan lokal bahasa *plesetan* di Yogyakarta.

Tujuan dan manfaat yang diungkapkan di atas diharapkan dapat terealisasi secara maksimal, mengingat format program yang dipilih adalah *feature* yang dikemas dalam bentuk auditif visual. Sesuai dengan teori yang dikemukakan (Subroto, 1995:79), bahwa “pengetahuan manusia 75% didapat dari indera penglihatan dan 25% dari indera pendengaran”.

D. Tinjauan Karya

Penciptaan program *feature* ini tentunya mempunyai tinjauan karya yang digunakan sebagai referensi dalam segi teknis, visual, maupun naratif. Sebenarnya dalam menciptakan karya tidak ada yang benar-benar baru dan benar-benar *original*. Teori mimesis yang dikeluarkan oleh Plato adalah sebuah hal yang lumrah dilakukan dalam penciptaan suatu karya seni. Seorang kreator haruslah mempunyai banyak referensi yang dapat digunakan sebagai wacana untuk membuka ide-ide baru, gagasan yang bagus, pemikiran dibalik suatu karya, dan gaya. Namun hal tersebut harus disesuaikan dengan cara pandang seorang seniman.

Referensi bisa datang dari hal apa saja, hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari apa saja yang dapat menginspirasi, kemudian catat dan simpan referensi-referensi tersebut. Buatlah sebuah daftar referensi dan mulailah meniru hasil curianmu. Meniru yang dimaksud adalah berlatih dan mengutak-atik, bukan plagiat. Manusia tidak bisa meniru dengan 100% sama seperti aslinya, dari hal itulah timbul gaya dan ide-ide kita. Austin Kleon dalam bukunya *Steal Like an Artist* mengutip dari pendapat seorang penulis bernama Wilson Mizner mengatakan bahwa, “Jika kamu meniru dari satu penulis, itu namanya plagiat. Jika meniru banyak penulis, namanya riset“ (Kleon, 2014:35). Kleon juga mengutip pendapat kartunis Gary Panter yang mengatakan, “ Kalau satu saja yang mempengaruhi, semua akan menyebutmu penerus seseorang. Siapa pun itu. Tapi kalau panutannya seratus orang, siapa pun akan mengatakan kamu sungguh orisinal!!” (Kleon, 2014:34-35). Proses pencurian ide dalam penciptaan karya seni ini juga mengikuti hal-hal yang disebutkan di atas. Adapun karya-karya yang menjadi tinjauan karya dalam penciptaan program ini adalah sebagai berikut :

1. Menjadi Indonesia



Judul : Menjadi Indonesia

Tahun : 2012

Negara : Indonesia

Durasi : 13 menit

Bahasa : Indonesia

Capture 1.1 Menjadi Indonesia

Jenis Program : Dokumenter

Directed by : Endah W. Sulitianti dan Mahatma Putra

Produser : Mardiyah Chamim

Editor : Mahatma Putra

D.O.P. : Endah W. Sulitianti dan Mahatma Putra

“Menjadi Indonesia” adalah sebuah dokumenter pendek milik Tempo Institut yang dikemas dengan konsep yang sangat menarik. Dokumenter ini menceritakan tentang sosial di Indonesia dari berbagai pendapat pemimpin di berbagai bidang pekerjaan. *Feature* ini menjelaskan tentang bagaimana menjadi pemimpin dan bagaimana memimpin, selain itu juga menjelaskan tentang kritikan mereka kepada presiden terutama dalam menghadapi situasi sosial di Indonesia. Dokumenter ini akan dijadikan referensi karya yang akan dibuat. Tentu ada perbedaan antara kedua karya ini, perbedaan itu terletak pada penggunaan narator sebagai *voice over*, sedangkan pada Menjadi Indonesia *voice over* hanya dari narasumber yang membaca naskah. Persamaan antara dua jenis program ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan performatif. Dalam dokumenter ini dapat diambil referensi dalam pengambilan komposisi-komposisi gambar yang dinamis dengan menggunakan komposisi *rule of thirds*.

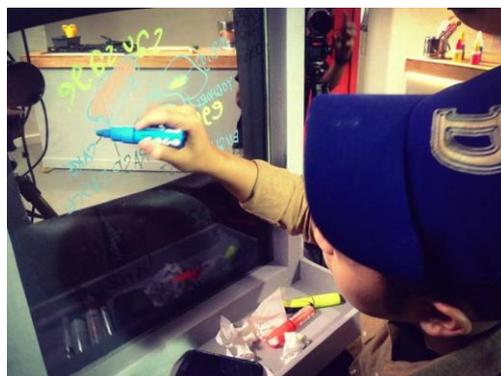
2. *Bitter Sweet*



Gambar 1.4 Logo *Bitter Sweet*

Judul	: <i>Bitter Sweet</i>
Jenis Program:	Intruksional <i>cooking show</i>
Tahun	: 2013
Stasiun TV	: Kompas TV
Jam tayang	: Kamis, 09.00 WIB
Durasi	: 24 menit
Sutradara	: Henry Mappesona

Program “*Bitter Sweet*” memanfaatkan latar belakang *chef* yang memang pernah mengenyam pendidikan di bidang desain. Jadi setiap *chef* akan memulai memasak, ia akan menggambar dulu desain *plating* masakan itu berikut dengan komponen-komponennya. Perbedaan antara program “*Bitter Sweet*” dengan program yang akan dibuat adalah terletak pada format program, yaitu program intruksional dan *feature*, sedangkan persamaan antara kedua program ini tidak ada karena memang kedua program ini bertolak belakang dan saling tidak berhubungan. Adegan *chef* mendesain *plating* masakan yang akan dia masak dengan menggambar di papan dari kaca dan kamera berada di balik kaca sehingga desain *plating* masakan seolah berada di depan *chef* tanpa terlihat adanya kaca akan menjadi referensi dalam program *feature* yang akan dibuat, dan akan diletakkan saat proses *meeting*, menggambar dan menyablon.



Gambar 1.5 Menggambar di kaca

3. EXBT



Capture 1.2 EXBT

Judul	: EXBT
Episode	: Karakteristik
Jenis Program:	<i>Feature</i>
Tahun	: 2009
Durasi	: 25 menit
Sutradara	: Siska Rahardiyanti

“EXBT” adalah program *feature* yang bergaya pop karya Siska Rahardiyanti. *Feature* ini mengupas tentang seniman-seniman kontemporer di Yogyakarta. Karya ini adalah karya yang paling mendekati *feature* yang akan dibuat, sehingga sangat layak untuk dijadikan tinjauan karya. Ada persamaan dan perbedaan dalam kedua karya ini, yaitu persamaan terletak pada konsep visual yang mengarah pada gaya seni rupa, dalam “EXBT” divisualisasikan dengan gaya pop sedang pada *feature* yang akan dibuat menggunakan pendekatan performatif yang akan divisualkan dengan gaya pop dan modern. Perbedaan antara kedua program ini adalah visualisasi *style* gaya pop, yaitu “EXBT” mengikuti *style* seniman yang menjadi objek dan dalam *feature* yang akan dibuat menggunakan *style* dari desain Dagadu. Yang menjadi referensi untuk karya yang akan dibuat adalah teknik pembentukan visual dengan gaya pop yang digunakan untuk membuat grafis, *caption name*, *transisi* dan *bumper ID*.

Ketiga referensi karya tersebut dapat dijadikan acuan dalam pembuatan program *feature* ini. Tentunya referensi tersebut memberikan inspirasi dalam proses penciptaan *feature*. Karya *feature* ini tentunya masih *original*, dilihat dari objeknya yang menekankan pada gaya desain dan bahasa pada desain Dagadu yang memang belum pernah diangkat sebelumnya. Meskipun mengambil referensi adegan maupun teknik dari karya lain, dalam *feature* ini tidak akan sama persis dengan karya yang dijadikan referensi. Cukup dengan referensi tersebut memberikan inspirasi untuk melakukan inovasi bagi pembuat. *Originalitas* dari program *feature* yang akan dibuat dapat dilihat dari uraian perbedaan yang sudah dijelaskan sebelumnya.