

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Serat Kalatidha adalah salah satu dari sekian banyak Serat yang ditulis oleh Raden Ngabehi Ranggawarsita kurang lebih pada tahun 1860 Masehi. Syair dari serat Kalatidha terdiri dari 12 bait dalam mentrum sinom. Kalatidha secara harfiah artinya “zaman gila” atau zaman edan.

Perancangan *Web Series* Adaptasi Serat Kalatidha ini dapat menjadi media alternatif yang menarik sekaligus informatif mengenai isi dari Serat Kalatidha. *Web series* ini menggunakan strategi adaptasi *loose* di mana seorang sutradara hanya mengambil ide cerita novel atau karya sastra yang akan diadaptasi, sedangkan situasi atau karakter ceritanya dikembangkan secara bebas dan independen. Media web series dipilih dalam perancangan adaptasi Serat Kalatidha ini karena dapat menampilkan sisi modern namun tidak meninggalkan unsur pesan moral yang ada dalam Serat Kalatidha yang ingin disampaikan melalui sebuah cerita. Untuk itu media *web series* dianggap tepat untuk membawa *target audience* masuk kedalam suasana yang dibangun untuk menyampaikan pesan-pesan moral yang ada.

Dalam perancangan *web series* ini menggunakan pendekatan emosional untuk membangun cerita untuk menyampaikan pesan kepada penonton. Pendekatan emosional merupakan pendekatan yang dilakukan melalui rangsangan verbal maupun non-verbal serta menggunakan sentuhan-sentuhan emosi dan perasaan.

B. Saran

Ada beberapa tahapan penting yang harus dipersiapkan sebelum masuk ketahap proses produksi. Di antaranya menentukan topik/tema, konsep, cerita, data, riset lapangan, dan penjadwalan yang disusun secara sistematis

Perancangan konsep dilakukan dengan teliti dan matang, melihat aspek-aspek kecil yang berpengaruh dalam cerita dan dibutuhkan dalam proses produksi dan *post*-produksi. Dalam membangun sebuah cerita, diperlukan riset terlebih dahulu. Mulai dari penokohan, budaya, kebiasaan, dan lokasi yang berkesinambungan sehingga dapat membangun susasana yang tepat sasaran, kental dan tidak terjadi ketimpangan latar belakang yang telah ada di dalam konsep.

Selanjutnya, mempersiapkan naskah, *shotlist*, *master breakdown*, dan *story board* secara matang. Data-data tersebut diusahakan sudah final sebelum masuk tahap produksi. Dilakukan juga proses diskusi dengan kerabat kerja produksi terlebih dahulu, sehingga tidak terjadi *misscommunication* mengenai konsep dan suasana yang akan dibangun dalam cerita. Komunikasi yang baik harus dibangun dalam proses produksi. Dalam proses produksi, diperhatikan dengan baik kondisi *talent*, maupun kerabat kerja produksi. Waktu produksi harus selalu dijaga, agar produksi dapat diselesaikan tepat waktu.

Setelah proses produksi, dalam tahap *editing*, *mixing*, *scoring* dan *grading* harus dilakukan dengan penuh ketelitian. *Editing* memiliki pengaruh besar dalam membangun suasana sebuah film. Ketepatan waktu, dan rasa dalam tiap *shoot*-nya perlu dipertimbangkan untuk menciptakan film yang membuat penonton penasaran dan tidak menunggu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bertens, K. 2011. *Etika*. Jakarta: PT. Gramedia
- Driyarkara, Nicolas. 2006, *Pandangan Moral dan Objeknya*, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama,
- Kamajaya. 1980. *Lima Karya Pujangga Ranggawarsita (Kalatidha, Sabdajati, Sabdatama, Jaka Lodhang, Wedharega)*. Jakarta: PN Balai Pustaka. Print.
- Giannetti, Louise D. 1972. *Understanding Movies*. Upper Saddle River, New Jersey 07458: Prentice Hall. 9th Edition. E-Book.
- Prabowo, Dhanu Priyo, Sri Widati dan Prapti Rahayu, 2010. *Ensiklopedi Sastra Jawa*. Yogyakarta: Balai Bahasa Yogyakarta. E-book.
- Pratista, Himawan. 2017. *Memahami Film*. Yogyakarta: Montase Press.
- R, Wiwin Widyawati. 2011. *Serat Kalatidha*. Yogyakarta: Pura Pustaka.
- Shrum, L. J. *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. E-book

Jurnal

- Aderia, Prastika, Hassanudin, Zulfadli. *Ekranisasi Novel Ke Film Surat Kecil Untuk Tuhan*, E-book
- Budi, Pandu. *Perancangan Web series sebagai media promosi objek wisata Karanganyar*. 2018. Print
- Habibi, Yusuf. *Perancangan Web Series Video 360° Story Sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. 2016. Print.
- Pramoedyra. Ode. *Penaruh Product Placement (Penempatan Produk Samsung Galaxy S III pad Drama Korea Big (2012) terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Prasetyo, Ichwan. *Eskapisme Sastra Jawa Melawan Globalisasi*. 2012. E-book

Tandiono, Evy dan Leonid Julivan Rumambi. *Analisa Pengaruh Product Placement dan Brand Recall Volvo terhadap sikap Konsumen dalam Film "Twilight Saga: Breaking Dawn (Part 2)*. 2013.

Utama, Aditya. *Perancangan Web Series Olah Nalar (Perancangan Kampanye sosial seputar isu remaja Indonesia)*. 2013. Print.

Webtografi

<https://tontonaninternet.wordpress.com/2013/01/25/memperkenalkan-tentang-tontonan-internet/> Sabtu, 6 Oktober 2018. 10.43 AM

<http://www.tentik.com/inilah-10-warisan-budaya-indonesia-yang-diakui-internasional/> Sabtu 6 Oktober 2018, 13.24 PM

<http://kekunaan.blogspot.com/2012/08/serat-cemporet.html> Senin, 10 Desember 2018, 13.15 PM

<https://bensuseno.wordpress.com/2009/01/18/model-pendekatan-adaptasi-novel-film-versi-louis-giannetti/>. Senin, 10 Desember 2018, 12.50 PM