

**PENYUTRADARAAN FILM DOKUMENTER TENTANG PENGARUH
INSTAGRAM TERHADAP GAYA BERPAKAIAN MAHASISWA DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS TELKOM BANDUNG**

**DIRECTING A DOCUMENTARY ABOUT THE INFLUENCE OF
INSTAGRAM ON THE DRESS STYLE OF VISUAL COMMUNICATION
DESIGN STUDENTS OF TELKOM UNIVERSITY BANDUNG**

Abdurrasyid Alfa Husada¹, Anggar Erdhina Adi², Adinda Maharani³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan
Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
alfahu@student.telkomuniversity.ac.id, anggarwarok@telkomuniversity.ac.id,
dndmhrnp@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Gaya berpakaian saat ini menjadi faktor penting bagi mahasiswa untuk menunjukkan identitas diri dan mengekspresikan perasaannya. Oleh karena itu, terdapat beberapa mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Bandung mengikuti tren gaya berpakaian melalui media sosial tanpa mempertimbangkan dengan kesesuaian dirinya sendiri. Saat ini Instagram merupakan media sosial yang diminati oleh mahasiswa dikarenakan fitur dan konten yang diberikan oleh Instagram. Di Instagram mahasiswa bisa menemukan banyak referensi dan tren gaya berpakaian yang sedang populer. Sehingga media Instagram dinilai dapat mempengaruhi gaya berpakaian mahasiswa DKV Universitas Telkom Bandung. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai bagaimana media Instagram dapat mempengaruhi gaya berpakaian mahasiswa DKV di Universitas Telkom Bandung serta memberikan informasi mengenai kesadaran mahasiswa terhadap tren gaya berpakaian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara, observasi dan studi pustaka sebagai instrumen pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi sosial. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Bandung yang aktif menggunakan Instagram. Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram berpengaruh terhadap gaya berpakaian mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Bandung. Mahasiswa mengubah gaya berpakaian berdasarkan inspirasi gaya berpakaian pengguna yang diikutinya di Instagram. Perubahan tersebut terjadi atas dorongan dari dirinya sendiri maupun dari lingkungannya.

Kata kunci: Gaya Berpakaian, Media Sosial, Instagram, Tren, Penyutradaraan

Abstract: The style of dress is now an important factor for students to show their identity and

express their feelings. Therefore, there are several Visual Communication Design students of Telkom University Bandung following the trend fashion through social media without considering their own suitability. Currently, Instagram is a social media that is in demand by students because of the features and content provided by Instagram. On Instagram, students can find many references and trends in fashion that are popular. So that Instagram media is considered to be able to influence the fashion of DKV students of Telkom University Bandung. Therefore, this study aims to convey information about how Instagram media can influence the dressing style of DKV students at Telkom University Bandung and provide information about student awareness of fashion trends. The research method used is a descriptive qualitative method using interviews, observations and literature review as data collection instruments. This study used a social psychology approach. The subject of this study is a student majoring in Visual Communication Design, Telkom University Bandung who actively uses Instagram. This research shows that Instagram affects the dressing style of Visual Communication Design students of Telkom University Bandung. Students change their dressing styles based on the inspiration of the dressing styles of users they follow on Instagram. These changes occur at the instigation of himself and from his environment.

Kata kunci: Fashion, Social Media, Instagram, Trend, Directing.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media sosial dapat dilihat sebagai media online (perantara) yang mempererat hubungan antar pengguna dengan membangun ikatan sosial antar penggunanya (Van Djik in Nasrullah, 2020). Berdasarkan data survey yang dilakukan oleh we are social, diketahui bahwa Instagram merupakan platform media sosial favorit kedua setelah Whatsapp. Namun secara fungsi, Whatsapp tidak seperti Instagram. Bila melihat klasifikasi sosial media, Instagram sendiri masuk dalam klasifikasi *Social Networking Sites* (SNS), menurut (Kaplan and Haenlein 2010), *social networking sites* merupakan sebuah aplikasi yang bersifat terbuka sehingga memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung dengan membuat profil yang berisi data diri, mengundang teman dan rekan untuk mengaksesnya dan saling berkirim pesan singkat (*instant messaging*).

Beragam jenis konten yang diberikan oleh Instagram mampu menarik minat orang bahkan dijadikan inspirasi. Misalnya mendapatkan inspirasi mengenai fesyen, memberikan rekomendasi produk mengenai fesyen, mengajari orang untuk memilih

produk mengenai fesyen dan memberikan informasi kepada orang mengenai gaya fesyen yang sedang populer. Instagram terbukti mempengaruhi pembentukan perilaku budaya penggunanya sampai 83,7 persen (Saleh and Pitriani 2018). Bahkan yang paling berdampak ialah remaja, perilaku remaja dapat sangat dipengaruhi melalui lingkungan digital mereka melalui Instagram. Setelah diteliti, dengan adanya tren fesyen memberikan pengaruh terhadap keputusan saat membeli (Arsita and Sanjaya 2021). Remaja cenderung mencontoh apa yang mereka lihat di Instagram, seperti budaya gaya hidup hedonisme (Andayani 2022). Selain gaya hidup hedonisme, Instagram juga dapat mempengaruhi etika di kalangan remaja, sebagian berdampak positif, sebagian berdampak negatif (Agianto et al. 2020). Biasanya mahasiswa mencontoh gaya berpakaian dari Instagram. Karena gaya berpakaian bisa menunjukkan siapa dirinya atau ingin menunjukkan status mereka.

Gaya berpakaian atau fesyen merupakan salah satu cara menyampaikan pesan-pesan non-verbal, ia termasuk komunikasi non-verbal (Barnard, 2009). Gaya berpakaian memiliki fungsi komunikatif, tepatnya komunikasi artifaktual (artifactual communication) yang membangun citra seseorang. Mode atau fesyen membuat setiap individu dapat berekspresi, salah satu contohnya adalah seseorang dapat mengekspresikan apa yang sedang dirasakannya melalui pilihan warna, corak ataupun model yang digunakan. Fesyen menjadi simbol-simbol non-verbal yang ingin disampaikan kepada pemakainya (Trisnawati, 2011).

Penulis telah mewawancarai beberapa mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) dan didapatkan data bahwa beberapa mahasiswa menggunakan pakaian berdasarkan dari tren yang sedang populer. Hal tersebut dapat mengorbankan kenyamanan dan tidak mencerminkan jati dirinya. Tren fesyen juga menyebabkan beberapa mahasiswa merasa harus terus membeli fesyen yang sedang populer agar tidak tertinggal zaman dan tetap terlihat fesyenable. Hal ini terjadi pada mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual pada Universitas Telkom Bandung.

Berdasarkan kenyataan faktual tersebut, peneliti terdorong untuk membuat

film tentang pengaruh Instagram terhadap gaya berpakaian mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom, Bandung. Film merupakan salah satu media yang menarik dan diminati oleh banyak orang khususnya remaja (Maharani 2022). Penulis memilih genre film dokumenter, dikarenakan film dokumenter merupakan sebuah rekaman realis, yang materinya menjadi kisah sebuah realitas (Adi, Belasunda, and Hendiawan 2016). Saat ini belum ada film dokumenter yang secara spesifik membahas mengenai pengaruh Instagram terhadap gaya berpakaian. Namun ada beberapa medium film bergenre dokumenter yang mengangkat pengaruh Instagram secara umum, film tersebut diantaranya adalah "Sosial Media Mengontrol Diri Kita", "Etika Berdigital - Dunia Maya vs Dunia Nyata - "SEMU"", dan "The Instagram Effect".

LANDASAN TEORI

Psikologi Sosial

Secara etimologi, kata "psikologi" berasal dari kata Yunani "psyche" yang berarti jiwa, dan "logos" yang berarti ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, psikologi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang jiwa, termasuk berbagai gejalanya, prosesnya, dan latar belakangnya. Psikologi sosial memiliki fokus pada hubungan antara manusia dan berbagai masalah praktis yang terkait dengan kelompok manusia, organisasi, kepemimpinan, pengikut, moral, hubungan kekuasaan, dan saluran komunikasi. Pengaruh sosial adalah salah satu faktor yang memengaruhi perilaku individu.

Psikologi sosial juga mencakup interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Menurut Hubert Bonner dalam bukunya "Social Psychology", psikologi sosial adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia. A.M. Chorus dalam bukunya "Grondsiagen der sociale Psychologie" juga mendefinisikan psikologi sosial sebagai ilmu yang mempelajari perilaku individu sebagai anggota masyarakat.

Media Sosial

Media sosial merupakan dua kata yang digabungkan yaitu media dan sosial. Istilah media adalah sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003 in Nasrullah, 2020) dan sosial memiliki banyak makna. Jika kata sosial dikaitkan dengan media sosial, jika tiap individu melakukan aksi yang memberi kontribusi kepada masyarakat melalui perangkat lunak (Durkheim, 1982 in Nasrullah, 2020).

Dengan pengertian dasar sosial dan media bisa diambil simpulan jika, Media sosial adalah platform yang memberikan kemungkinan pada pengguna untuk berkolaborasi dan menciptakan konten (user-generated content) (Durkheim, 1982 dalam Nasrullah, 2020). Saat ini, manusia memiliki kebutuhan akan pendidikan, informasi, hiburan, dan akses pengetahuan dari berbagai belahan dunia. Media sosial dan perangkat lunak sosial digunakan sebagai alat guna meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) dengan pengguna lain, dan melakukan tindakan secara kolektif di luar struktur institusional dan organisasi. (Nasrullah 2020). Kehadiran media sosial memberikan keleluasaan dalam mendistribusikan informasi dan berita yang sedang terjadi maupun yang telah berlalu.

Instagram

Diantara medsos lainnya, Instagram bagian dari media sosial visual yang terkenal. Orang-orang membagikan semua jenis gambar menakjubkan untuk berbagi kehidupan dan cerita mereka (Putri, 2022). Bagaimana Instagram digunakan juga tergantung pada pemilik akun. Misalnya, dapat digunakan sebagai akun pribadi untuk berbagi kehidupan sehari-hari atau sebagai akun bisnis untuk memajang dan menjual produk (Putri 2022). Fungsi utama Instagram adalah membagikan foto dan informasi terhadap sesama penggunanya (Instagram). Namun dengan seiring perkembangannya, kini Instagram dapat menerapkan filter digital yang menjadikan konten semakin menarik.

Influencer

Influencer merupakan pengguna yang aktif dalam menggunakan media sosial, serta memiliki jumlah pengikut yang banyak. Konten yang diberikan *influencer* biasanya berbicara mengenai beberapa topik, serta aktif membagikan informasi-informasi (Kurnia & Pantouw, 2022). Kemudian *influencer* dapat mempengaruhi pengikutnya melalui sosial media melalui postingan dan informasi yang diberikan oleh *influencer* itu sendiri. Seorang *influencer* tidak harus memiliki *privillage Selebrity*, tetapi perkataan serta tindakan yang dilakukan memiliki pengaruh terhadap orang lain sehingga menciptakan integritas (Alwi in Kurniawan, 2022).

Tren Fesyen

Hal yang menyebabkan fashion menjadi sangat populer salah satunya ialah pakaian yang *fashionable* sangat umum di kalangan masyarakat. Fesyen merupakan salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi individu, sehingga banyak individu yang bersaing untuk senantiasa mengikuti arus gaya terkini bahkan berusaha untuk menjadi *trendsetter*. Tren fesyen selalu dapat berubah seiring dengan berjalannya waktu dan selalu memunculkan berbagai model dan inovatif baru. Dengan adanya internet dan sosial media seperti Instagram, dapat menampilkan banyak inspirasi terkait dengan fesyen yang memungkinkan para penggunanya mengikuti tren. Tujuan dari tren adalah selalu mengubah dan memicu gaya hidup konsumtif (Peti Pera in Arsita & Sanjaya, 2021).

Menurut (Fajar Ariyanto 2020 in Arsita & Sanjaya, 2021), dari waktu ke waktu tren dapat berubah dengan sangat cepat. Sebuah fesyen atau gaya pakaian memiliki identitas dan ciri khas tersendiri. Pakaian dan gaya berpakaian punya peran yang sangat penting dalam keseharian, karena menjadi bagian tak terpisahkan dari tren dan penampilan. Hal ini menunjukkan bahwa tren adalah hal yang terus berkembang di masyarakat, terutama dalam hal gaya berbusana.

Fesyen atau Gaya Berpakaian

Menurut kbbi fesyen ialah sebagai suatu ragam atau bentuk tentang pakaian, corak, hiasan, potongan rambut dan lain sebagainya. Arti lain dari fesyen adalah gaya

yang diterima dan juga dipakai oleh mayoritas individu atau kelompok pada suatu periode tertentu. Sebab itu, *fashion* melekat sebagai pendukung eksistensi diri dari penampilan seseorang. (Troxell and Stone in Putri, 2022). Fesyen juga merupakan simbol komunikasi nonverbal tergantung dari persepsi individu yang pertama kali melihatnya, maka dari itu fesyen menjadi salah satu identitas seseorang serta menjadi suatu simbol dalam situasi apa kita berpakaian (Putri 2022).

Fesyen juga memiliki fungsi sebagai bentuk citra diri di hadapan publik, sehingga fesyen menjadi aspek penting dalam perkembangan hidup manusia.

Film Dokumenter

Industri perfilman saat ini telah populer secara dunia menjadi suatu media yang digemari dalam keseharian masyarakat modern (Annisa and Adi 2020). Pada awalnya film merupakan gambar bergerak yang kemudian menghasilkan ilusi bergerak. Film terus berkembang hingga menjadi suatu karya yang menggabungkan audio dan visual pada saat ini. Pada film disampaikan unsur media audio, dimana di dalamnya terdapat teks film, yang mana teks tersebut menggambarkan isi film tersebut (Maharani and Saidi 2021a). Makna yang digambarkan dalam sebuah film didapatkan dari setiap tanda pada film, yang menggambarkan setiap fenomena yang ada di dalam sebuah alur cerita (Maharani and Saidi 2021). Sehingga, salah satu fungsi film yakni sebagai media dalam berkomunikasi.

Dalam garis besar, ada dua kategori genre film yang dapat dibedakan, yakni film fiksi dan film nonfiksi. Film fiksi adalah karya film yang didasarkan pada realitas sebagai subjeknya. Di sisi lain, film non fiksi adalah karya film yang diproduksi berdasarkan realitas subjeknya. Genre film non fiksi ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu film faktual dan film dokumenter. Film faktual adalah jenis film yang hanya menampilkan fakta-fakta atau rekaman peristiwa secara langsung, sedangkan Film dokumenter merupakan film yang menjelaskan fakta, dan juga menyertakan sikap dan opini (nilai-nilai subjektif) kreator nya (Sumarno, 1996: 13 in Apip, 2015).

Segementasi Pasar atau Target Audience

Pada perancangan film dokumenter ini, target audience remaja dengan rentang umur 18-25 yang dimana di umur tersebut sedang aktif dalam menggunakan sosial media. Sasaran penelitian ini mahasiswa DKV Universitas Telkom Bandung Angkatan 19,20,21 dan 22. Penyutradaraan film dokumenter ini akan disesuaikan dengan kejadian aslinya, yang diharapkan penonton dapat terpengaruh dan informasi yang diberikan dari film dokumenter ini sampai kepada audience.

DATA DAN ANALISIS DATA

Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Oleh karena itu, perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Data dan Analisis Objek

Data Khalayak Sasaran

Target sasaran yang ditentukan adalah rentang usia 17-27 tahun memiliki kecenderungan penggunaan sosial media yang tinggi, mereka menggunakan sosial media untuk hiburan, mencari referensi dan komunikasi. Selain itu, hasil dari wawancara tertulis yang telah disebar, banyak yang ingin mengetahui pengaruh Instagram dalam gaya berpakaian dengan media film dokumenter.

Wawancara Tertulis

Penulis melakukan wawancara tertulis dengan beberapa indikator yang telah dikumpulkan berdasarkan kajian Pustaka. Indikator tersebut diantaranya, mahasiswa DKV cenderung menggunakan sosial media apa, fungsi Instagram bagi mahasiswa DKV, Instagram sebagai tempat mencari referensi, motif sosial pengguna Instagram, fungsi gaya berpakaian bagi mahasiswa.

Kesimpulan dari Wawancara tertulis

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran wawancara tertulis kepada

mahasiswa DKV Universitas Telkom Bandung, didapatkan data, Instagram merupakan salah satu sosial media yang sering digunakan. Instagram digunakan untuk berkomunikasi, mencari referensi dan mencari hiburan. Mahasiswa DKV Universitas Telkom mengetahui tren yang sedang populer di Instagram dan mereka mendapatkan inspirasi dari *influencer*, beranda dan iklan. Mahasiswa DKV Universitas Telkom cenderung imitasi atau mengikuti *influencer* yang mereka ikuti dalam mencari inspirasi gaya berpakaian. Mahasiswa DKV Universitas Telkom menggunakan gaya berpakaian untuk mengekspresikan diri berdasarkan perasaannya. Mahasiswa DKV Universitas Telkom juga mengetahui aturan berpakaian yang berlaku di DKV Telkom.

Berdasarkan penyebaran wawancara tertulis kepada 99 responden, diperoleh jumlah poin sebanyak 81 dari total 108 poin yang ada, dimana semakin besar skor, maka semakin besar pengaruh Instagram terhadap gaya berpakaian mahasiswa DKV Telkom Bandung. Artinya adalah sebesar 75% jawaban menyatakan kesetujuannya mengenai adanya pengaruh Instagram terhadap gaya berpakaian mahasiswa DKV Telkom Bandung. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa Instagram mempengaruhi gaya berpakaian mahasiswa DKV Universitas Telkom Bandung.

Wawancara Terstruktur

Berdasarkan data wawancara tertulis di atas, penulis melakukan wawancara terstruktur kepada beberapa ahli untuk memperkuat data yang telah diambil. Penulis mewawancarai dosen ilmu komunikasi untuk mengetahui perkembangan sosial media khususnya Instagram, kemudian penulis mewawancarai dosen psikologi untuk mengetahui interaksi sosial yang terjadi di masyarakat khususnya mahasiswa, kemudian penulis mewawancarai dosen KTM (Kriya Tekstil Mode) untuk mengetahui perkembangan dan tren yang terjadi mengenai fesyen dan penulis mewawancarai mahasiswa berdasarkan indikator dari wawancara tertulis.

Kesimpulan Wawancara Ahli

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, terutama oleh mahasiswa. Instagram sendiri berfokus pada foto dan video. Saat ini Instagram digunakan sebagai tempat mencari referensi, salah satunya adalah gaya berpakaian. Algoritma atau mesin pencarian Instagram akan memunculkan konten yang disukai dan diikuti penggunanya. Salah satu referensi gaya berpakaian di Instagram adalah melalui *influencer*, beranda, dan iklan. Tren yang terjadi di Instagram disebabkan banyaknya pengguna yang menggunakan atau melakukan hal yang sama dalam waktu yang bersamaan. Dalam mencari referensi gaya berpakaian terjadi sebuah interaksi sosial. Salah satu interaksi sosial tersebut adalah imitasi atau meniru apa yang disajikan individu lain. Pada kasus ini adalah mahasiswa yang mengikuti gaya berpakaian *influencer* yang dia ikuti. Namun, tidak memungkiri terjadinya interaksi sosial lain seperti sugesti, identifikasi dan simpati. Gaya berpakaian saat ini sudah menjadi hal yang kompleks. Gaya berpakaian saat ini bisa menentukan citra diri seseorang, ekspresi individualistik, dan nilai sosial dan status.

Kesimpulan Wawancara Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada dua mahasiswa DKV Universitas Telkom dengan jurusan yang berbeda-beda, dapat disimpulkan bahwa, rata-rata mahasiswa DKV Universitas Telkom mendapatkan inspirasi gaya berpakaian dari sosial media Instagram. Mereka mendapatkan inspirasi dari *influencer*, beranda, dan iklan. Mereka kerap mengetahui tren gaya berpakaian yang sedang populer. Setelah mengetahui tren, ada yang memilih untuk mengikutinya dan ada yang menghindarinya. Fungsi gaya berpakaian bagi mereka adalah untuk mengekspresikan diri dan branding diri sendiri.

Data Hasil Observasi Lapangan

Setelah mendapatkan data dari wawancara tertulis dan terstruktur, Penulis melakukan observasi lapangan yang didapatkan dari aplikasi Instagram mengenai fesyen. Penulis mengobservasi akun *influencer*, pengguna dan beranda Instagram mengenai fesyen.

Observasi Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk mencari referensi, salah satunya adalah referensi gaya berpakaian. Instagram memiliki mesin pencarian atau algoritma yang memunculkan konten untuk pengguna berdasarkan apa yang disukai dan diikuti oleh pengguna tersebut. Pengaruh dari algoritma tersebut adalah pengguna Instagram yang mengikuti dan menyukai hal yang berhubungan dengan fesyen akan disajikan konten yang berhubungan dengan fesyen oleh Instagram, seperti pada beranda yang menghadirkan berbagai referensi fesyen, rekomendasi fesyen dari toko Instagram dan *influencer* yang berhubungan dengan fesyen, seperti salah satunya yaitu @half.squirrel.

Analisis Karya Sejenis

Tabel 3.1 Analisis Penyutradaraan Karya Sejenis

Data	 Karya Sejenis 1	 Karya Sejenis 2	 Karya Sejenis 3
Alur cerita	Eksposisi Komplikasi Resolusi	Eksposisi Komplikasi Resolusi	Eksposisi Komplikasi Resolusi
Konsep	Di kontrol sosial media yang bermula dari kecanduan,	Pencitraan di sosial media	Dampak negatif dari Instagram dilihat dari fitur-fitur yang diberikan.
Penggayaan	Ekspositori		Ekspositori

Gaya bertutur	Menggunakan narator dan penjelasan dari narasumber.	Menggunakan narator dan dialog.	Menggunakan penjelasan dari narasumber.
Visualisasi	Color grading cenderung gelap	Reka adegan Color grading cenderung <i>warm</i>	Ilustrasi Color grading cenderung <i>cold</i>
Sinematografi	<i>Eye level, high angle</i>	<i>Eye level, close up, long shot</i>	<i>Eye level, close up, long shot</i>

Tema Besar

Berdasarkan hasil analisis di atas, Penulis dapat menyimpulkan tema besar pada film dokumenter ini adalah bagaimana Instagram telah memainkan peran penting dalam mempengaruhi tren fesyen dan gaya berpakaian mahasiswa, dengan mengeksplorasi dampak positif dan negatif dari pengaruh platform ini.

Kata Kunci

Gaya Berpakaian, Media Sosial, Instagram, Tren, Penyutradaraan

Konsep Perancangan

Setelah melalui tahap pencarian data, analisis data dan memperoleh hasil data. Penulis menentukan konsep yang akan disampaikan melalui film dokumenter yang akan dirancang.

Konsep Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan film dokumenter ini yaitu, bahwa perkembangan media sosial saat ini, salah satunya Instagram dapat memudahkan para pengguna untuk mencari berbagai informasi dan inspirasi salah satunya gaya berpakaian. Gaya berpakaian sendiri saat ini menjadi faktor penting bagi

mahasiswa untuk menampilkan identitas diri dan mengekspresikan perasaannya. Di Instagram, pengguna bisa melihat gaya berpakaian yang sedang populer atau disebut dengan tren. Namun, ada beberapa mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Bandung yang mengikuti tren namun tidak menyesuaikan dengan kepribadiannya. Hal tersebut dikarenakan adanya dorongan dari sendiri maupun dari lingkungan pergaulannya. Oleh karena itu film dokumenter ini bertujuan untuk mengajak mahasiswa dan penonton untuk lebih kritis dalam menggunakan Instagram sebagai sumber inspirasi dalam memilih gaya berpakaian.

Konsep Cerita

Penulis ingin menampilkan visual yang mendukung konsep dan dilengkapi dengan wawancara narasumber. Hasil wawancara narasumber akan dijadikan cerita dengan pendekatan naratif.

Konsep Kreatif

Dalam perancangan ini, penulis berperan sebagai sutradara yang bertanggung jawab penuh atas proses pembuatan film ini, yang dimulai dari pra-produksi, produksi hingga tahap pasca produksi. Dalam perancangan film dokumenter ini, penulis berfokus kepada sudut pandang dari masing-masing narasumber. Penulis berusaha melalui film dapat menciptakan cerita yang menarik dan penyampaian pesan dengan jelas. Selain cerita, penulis ingin menciptakan visual yang menarik sehingga penonton tidak bosan saat melihatnya. Penyampaian pesan pada film dokumenter ini menggunakan alur maju dari awal pengenalan hingga pesan keseluruhan yang ditampilkan di akhir film. Film ini akan menjadi delapan bagian kemudian dibagi menjadi tiga babak yang masing-masing bagian memiliki pembahasan berbeda. Setiap bagian akan diisi dengan pandangan dari masing-masing narasumber terkait.

Konsep Media

Judul pada perancangan film ini "KACA MAYA". Film ini bergenre dokumenter dengan pendekatan naratif serta pengayaan ekspositori. Film dokumenter ini memiliki durasi 20 menit dengan format video FHD 1080 serta memiliki aspek rasio

16:9.

Hasil Karya

Ide Film

Gaya berpakaian sendiri saat ini menjadi faktor penting bagi mahasiswa untuk menampilkan identitas diri dan mengekspresikan perasaannya. Instagram merupakan sumber terbesar mahasiswa dalam mencari referensi gaya berpakaian. Namun tidak semua referensi bisa diterapkan. Ide film dokumenter ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media Instagram dapat mempengaruhi gaya berpakaian mahasiswa dari sisi interaksi sosial.

Film Statement

Instagram telah menjadi sumber inspirasi utama bagi mahasiswa dalam memilih gaya berpakaian, namun memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kenyamanan dan kesesuaian diri.

Sinopsis

"Kaca Maya" adalah sebuah film dokumenter yang memperdalam pemahaman tentang dampak Instagram terhadap gaya berpakaian mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) di Universitas Telkom. Film ini mengungkap pengalaman sekaligus sudut pandang dari sejumlah mahasiswa dan influencer DKV yang menggunakan Instagram sebagai sumber utama inspirasi dalam mengembangkan gaya berpakaian mereka. Melalui serangkaian wawancara mendalam dengan para ahli di bidang tren dan fashion, penonton akan mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang pengaruh Instagram terhadap tren mode, pengambilan keputusan gaya berpakaian, dan bagaimana fashion dapat mencerminkan identitas individu.

Penyutradaraan

Tabel 4.1 Sebagian Penyutradaraan dalam film dokumenter Kaca Maya

individunya itu sendiri bukan dari tren gaya berpakaian.

Penulis berperan sebagai sutradara, sehingga perancang harus bisa menyampaikan pesan sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan. Dalam pembentukan visual film dokumenter ini, penulis menggunakan pendekatan naratif dengan struktur tiga babak yaitu diawali dengan informasi pengenalan Instagram dan gaya berpakaian, kemudian informasi tentang tren dan gaya berpakaian yang tidak sesuai seperti topik pembahasan utama, dan menyampaikan informasi terakhir berupa saran dan kesimpulan. Penulis menggunakan gaya bertutur tematik dengan mengelompokkan topik pembahasan sesuai dengan struktur yang telah ditentukan. Selain itu, penulis menggunakan pengayaan expository dengan menggunakan narasumber sebagai sumber data dan selingan ilustrasi dan gambar agar penonton dapat lebih mudah mengerti topik yang disampaikan.

Film dokumenter berjudul “KACA MAYA” dirancang untuk menyampaikan informasi mengenai bagaimana media Instagram dapat mempengaruhi gaya berpakaian mahasiswa DKV di Universitas Telkom Bandung serta memberikan informasi mengenai kesadaran mahasiswa terhadap tren gaya berpakaian. Dikemas dengan konsep wawancara dengan latar tempat yang mendukung sehingga penonton bisa berfokus terhadap topik yang sedang disampaikan.

SARAN

Penulis berperan sebagai sutradara memiliki peranan penting dalam menciptakan karya tugas akhir ini, penulis sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan karya yang maksimal. Penulis akan terus belajar mengenai seputar penciptaan karya film dokumenter. Sebagai seorang sutradara, penulis menyarankan agar memahami dasar teori film dokumenter dan fenomena yang ingin diangkat. Penulis juga menyarankan kepada mahasiswa/i yang akan merancang tugas akhir film dokumenter, perdalam penelitian terhadap fenomena yang diangkat dan memahami teknik sebuah film dokumenter jika memiliki peran sebagai sutradara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Anggar Erdhina, Riksa Belasunda, and Teddy Hendiawan. 2016. Narrative Style In Documentary Film As An Effort Of Creative Industries Development In Bandung City.
- Agianto, Rifqi, Anggi Setiawati, Ricky Firmansyah, and Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STEMBI. 2020. PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP GAYA HIDUP DAN ETIKA REMAJA. Vol. 7.
- Ahmadi, Drs. H. Abu. 2009. Psikologi Sosial. Vol. 3. jakarta.
- Amofah-Serwaa, Naomi, and Perpetua S. Dadzie. 2015. Social Media Use and Its Implications on Child Behaviour: A Study of a Basic School in Ghana. Vol. 3.
- Andayani, Fahmi. 2022. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Budaya Hedonisme Generasi Millennial Di Madiun."
- Andreas, Helmy Yunica. 2018. GAYA FILM DOKUMENTER RENITA, RENITA KARYA SUTRADARA TONNY TRIMARSANTO TUGAS AKHIR SKRIPSI.
- Annisa, Luthfi, and Anggar Erdhina Adi. 2020. Pergeseran Budaya Pada Film Remake Love You, Love You Not. Bandung.
- Apip. 2015. FILM DOKUMENTER. bandung.
- Arsita, Nurul, and Vicky F. Sanjaya. 2021a. "PENGARUH GAYA HIDUP DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." Jurnal Ilmu Manajemen Saburai 07(02).
- Arsita, Nurul, and Vicky F. Sanjaya. 2021b. "PENGARUH GAYA HIDUP DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." Jurnal Ilmu Manajemen Saburai 07(02).
- Barnard, Malcolm. 2009. Fashion Sebagai Komunikasi. Vol. 2. Yogyakarta.
- Damayanti, Rini. 2018. DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. Vol.5.
- Goffman, Erving. 1959. The Presentation of Self in Everyday Life.
- Hernawan. 2011. PENYUTRADARAAN FILM DOKUMENTER. Bandung.

- Irwan, Andi Muhammad, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Makassar Maju. 2019. PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, PRIBADI, SOSIAL DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia Di Kota Makassar). Vol. 1.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53(1):59–68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Kurnia, and Dominic Theodora Virginia Pantouw. 2022. "PENGARUH INFLUENCER MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND IMAGE ERIGO." *Inter Script: Journal of Creative Communication* | 4(2):68–77.
- Kurniawan, Pandi. 2022. PERSONAL BRANDING MICRO-INFLUENCER MAHASISWA BERPRESTASI @ABDURALFATIH DI MEDIA INSTAGRAM.
- Maharani, Adinda. 2022. "Implementasi Nilai Pendidikan Karakter Secara Singkat Film 'AdipatiBlek.'"
- Maharani, Adinda, and Acep Iwan Saidi. 2021a. REPRESENTASI VISUAL HEDONISME PADA FILM PARASITE.
- Maharani, Adinda, and Acep Iwan Saidi. 2021b. "VISUAL REPRESENTATION OF HEDONISM IN 'PARASITE FILM' History Artikel." 6.
- Mahendra, Bimo. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram. Vol. 16.
- Mareta, Yosefin, Natasya Kenzy, and Mohamad Syahriar Sugandi. n.d. PRESENTASI DIRI GRUP K-POP COVER DANCE (STUDI DRAMATURGI PADA GRUP K-POP COVER DANCE SINISTER) SELF PRESENTATION OF K-POP COVER DANCE GROUP (DRAMATURGY STUDY ON K-POP COVER DANCE GROUP SINISTER).
- Mulyana, Deddy. 2001. *Human Communication : Prinsip-Prinsip Dasar*.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*.
- Mulyana, deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Nasrullah, Dr. Rulli. 2020. *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya Dan Sosio*

Teknologi. 6th ed. Bandung.

Pramestiarani, Intania Inas, and Anggar Erdina Adi. 2019. PENYUTRADARAAN FILM FIKSI TENTANG UJARAN KEBENCIAN DI INSTAGRAM TERHADAP PENGGUNA WANITA PENGGUNA MAKEUP.

Putri, Emiliana. 2022. AN IMPACT OF THE USE INSTAGRAM APPLICATION TOWARDS STUDENTS VOCABULARY. Vol. 2.

Saleh, Gunawan, and Ribka Pitriani. 2018. "Pengaruh Media Sosial Instagram Dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya 'Alone Together.'"

Syam, Nur. 2010. Agama Pelacur: Dramaturgi Transendental.

Trisnawati, Tri Yulia. 2011. Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi. Vol. III.

Umiarso, and Elbadiansyah. 2014. Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern.

Wiguna, Tandu Arta, and Cornelis Yordan Yosua. 2018. PENDEKATAN NARATIF PADA DOKUMENTER "SASAPIAN CIHIDEUNG".

Internet

2022, We are Social. Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022.

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

(diakses pada 27 Maret 2023)0