

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia telah memasuki era digitalisasi di mana beberapa aspek mulai menggunakan konsep digital khususnya pada bidang komunikasi dan informatika. Menteri Komunikasi dan Informasi, Johnny G. Plate menekankan visi yang harus dimiliki oleh bangsa Indonesia untuk menuju bangsa digital yang maju dan sejahtera. Terlebih pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan dunia dalam 2 tahun terakhir memiliki dampak positif terhadap sektor digital karena membuat semua elemen bergantung pada solusi teknologi digital. Menkominfo mengatakan pada masa pandemi, rata-rata sektor industri yang ada di Indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan, akan tetapi sebaliknya, sektor komunikasi dan informatika masih dapat diselamatkan di angka 9,6% pada kuartal pertama tahun 2020, dan justru bertambah sebanyak 2 digit di angka 10,88% pada kuartal kedua tahun 2020 (Yusuf, 2020).

Selama masa peningkatan penggunaan media sosial yang disebabkan oleh pandemi, muncul beberapa konten kreator yang giat memberikan tips dan trik bagaimana membuat video atau film yang bagus, baik dengan alat yang profesional maupun dengan gawai. Misalnya seperti Bena Kribo, Nicks, Fristian Dimas, dan Urrofi. Salah satu diantaranya, Urro Academy yang menawarkan kelas videografi secara virtual kepada para pegiat videografi. Daffa Urrofi atau biasa disebut Urrofi memulai unggahan hasil karyanya di TikTok. Setelah mendapat impresi yang cukup besar, lalu mendapatkan investor dari CEO *startup* Ternak Uang, Raymond Chin, Urrofi kemudian membuka kelas videografi berkonsep *virtual meeting*.

Urrofi yang bergerak dalam sektor industri kreatif khususnya di bidang Film, Video dan Foto harus berhadapan dengan kondisi dunia yang sedang terdampak pandemi Covid-19. Beberapa sektor sempat menurun drastis akibat dampak pandemi, termasuk sektor perfilman. Sektor yang bergerak di bidang industri film sempat mejadi sektor yang terkena dampak pandemi Covid-19. Terhentinya produksi film

dan penutupan atau bioskop yang berhenti beroperasi selama masa pandemi menjadi penyebab semakin bertambahnya jumlah pengangguran. Mengacu pada artikel yang ditulis pada laman Republika Online, September 2020 yang bertajuk "Produser: Pandemi Mengguncang Industri Film Indonesia", menelaah pendapat produser Base Entertainment Shanty Harmain bahwa pandemi Covid-19 ternyata menimbulkan dampak yang signifikan terhadap industri perfilman Indonesia. Sebelum pandemi, film-film Indonesia mengalami tingkat pertumbuhan yang luar biasa sebesar 20 persen setiap tahunnya. Namun ketika pandemi Covid-19 melanda, industri perfilman Indonesia mengalami penurunan (Kusumawati, 2021, p. 2).

Tingkat pertumbuhan PDB melalui industri Film, Animasi, dan Video terus meningkat dalam 5 tahun terakhir. Pada 2017, persentase pertumbuhan pada industri tersebut meningkat sebanyak 10,30 persen. Namun pada kuartal pertama tahun 2020, PDB film, animasi, dan video diperkirakan tumbuh negatif hingga 0,03 persen. Hal ini disebabkan pandemi Covid-19 yang melanda sehingga menghentikan beberapa sektor industri termasuk industri perfilman (Kusumawati, 2021, p. 3)

Jumlah Judul Film	2017	2018	2019	2020
Penonton di atas 1 juta	11	14	15	3
Penonton 100 ribu sampai 1 juta	44	61	58	13
Penonton di bawah 100 ribu	57	53	55	19

Sumber: [filmindonesia.or.id](http://filmindonesia.or.id)

Tabel 1.1 Jumlah penonton film per-judul tahun 2017 hingga 2020

Pada kuartal pertama di tahun 2020, tepat di bulan Januari hingga Maret, dirilis beberapa film layar lebar yang ternyata kurang menarik minat penonton seperti *Bangkitnya Mayit : The Dark Soul* dan *Saidjah dan Adinda* dikarenakan mulai menyebarnya virus Covid-19. Selain itu, kerugian juga dicerminkan oleh penutupan bioskop yang dihitung mulai bulan Maret hingga penghujung tahun 2020 diperkirakan menimbulkan kerugian sebesar 2 triliun rupiah. Hal ini ditunjukkan oleh

laporan keuangan PT Graha Layar Prima yang menunjukkan kerugian sebesar Rp 455,83 miliar pada tahun 2020 (Maesaroh, 2021).

Di masa pandemi Covid-19, industri film terbuka dengan peluang baru, yakni berupa layanan *streaming* berbasis *platform digital* dengan *video on demand*. (Kominfo, 2021). Dengan demikian, sektor perfilman didukung penuh oleh pemerintah untuk menggabungkan konsep platform digital ke dalamnya. Bahkan produser film ternama seperti MD Pictures mengambil jalan keluar untuk mengatasi penutupan bioskop dengan menayangkan beberapa film layar lebar di platform Disney + Hotstar, seperti film *Surga Yang Tak Dirindukan 3* dan *Story of Kale* (Maesaroh, 2021).

Peneliti memilih Urrofi sebagai objek penelitian dikarenakan Urrofi merupakan konten kreator di bidang industri perfilman yang mulai memasuki ranah platform digital. Seperti yang disebutkan di atas bahwa industri perfilman secara umum ditayangkan melalui layar lebar. Namun sejak krisis pandemi COVID-19 yang terjadi, beberapa film layar lebar ikut masuk ke ranah platform digital.

Sejak kehadiran media sosial, ranah industri film juga berpotensi bergabung dengan platform media sosial. Beberapa bukti bahwa potensi yang sangat tinggi pada media sosial dalam menyokong industri film ialah munculnya akun-akun yang merupakan kreator film pendek atau series. Bahkan pada beberapa akun ada yang membajak film-film komersil yang kemudian ditayangkan di media sosial seperti TikTok atau Facebook.

Munculnya Urrofi yang juga memindahkan pemahaman bahwa film merupakan industri yang harus dijalankan dengan peralatan yang profesional dan biaya yang tinggi menjadi industri yang bisa dilakukan siapapun hanya dengan alat seadanya. Dengan kelas-kelas virtual, Urrofi mengkampanyekan bahwa kreator film dengan alat sederhana tidak akan kalah dengan film komersil lainnya, meski hanya ditayangkan di platform digital atau media sosial.

Urrofi menjadi salah satu pelaku industri kreatif yang menggabungkan sektor videografi dengan platform digital dengan memanfaatkan beberapa platform untuk ikut serta dalam membangun industri kreatif bidang videografi di Indonesia. Salah satu caranya dengan aktif dalam platform media sosial dan pemanfaatan platform *virtual meeting* dalam memberikan *workshop* videografi. Meskipun bidang videografi merupakan bidang yang harus dilakukan dengan cara praktik, namun Urrofi memiliki ciri khas tersendiri dengan memberikan pembelajaran videografi secara daring tanpa bertemu secara langsung.



Gambar 1.1 Akun Instagram Urro Academy

Peneliti memilih objek penelitian tersebut karena Urrofi merupakan salah satu konten kreator yang melejit melalui platform TikTok dengan waktu yang cukup singkat. Urrofi berusaha untuk menghadapi pandemi Covid-19 yang mengganggu produktivitas beberapa sektor industri, termasuk industri perfilman dan video di Indonesia dengan menggunakan platform digital. Di saat industri perfilman turun drastis, mulai dari terhambatnya produksi film, ditutupnya bioskop, menurunnya penjualan film, Urrofi hadir sebagai konten kreator yang memanfaatkan platform digital untuk menayangkan konten karyanya dan dapat diakses dari mana saja, ketika mobilitas masyarakat dibatasi. Penyesuaian pola komunikasi dengan CMC inilah

yang ingin peneliti teliti sehingga dapat diterapkan pada industri-industri berbasis digital lainnya

Uniknya, sebagai konten kreator video di TikTok, Urrofi juga membuka kelas virtual dalam bidang videografi secara intensif. Kelas ini berbayar dan diperuntukkan bagi siapapun yang ingin serius dalam belajar videografi dengan menggunakan virtual meeting. Dalam *website*-nya, setiap peserta yang ingin mendaftar dalam kelas videografi Urro Academy harus membayar uang registrasi sebesar Rp 299.000 dan hanya sekali bayar. Peserta akan mendapatkan beberapa pelayanan, diantaranya mendapatkan pembelajaran rutin setiap bulan dan mendapat kesempatan untuk terjun langsung dalam produksi film dan video yang dilakukan oleh Urro Academy.



Gambar 1.2 Website Urro Academy dan fasilitas kelas videografi

Meskipun terdapat beberapa konten kreator yang juga menyelenggarakan kursus video secara virtual seperti Gita Savitri Devi dan demi, namun berbeda dengan Urro Academy yang aktif di platform TikTok dan Instagram. Urro Academy atau Urrofi selain memberikan kelas berbayar, juga berkontribusi memberikan pembelajaran secara gratis melalui *tips n trick* melalui kedua platform tersebut. Selain itu, Urro Academy merupakan akun 'centang biru' yang menyelenggarakan kursus dan praktek videografi secara virtual dengan harga paling rendah diantara dua (2) kompetitor lainnya di atas. Dan kursus yang

diselenggarakan oleh kompetitor lainnya di atas dmentor oleh praktisi khusus, bukan dari kreator akun media sosial tersebut seperti yang dilakukan oleh Urrofi dalam menyelenggarakan Urro Academy.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Computer Mediated Communication (CMC)*. Hal ini karena dalam proses pendaftaran hingga pelaksanaan, termasuk dalam promosi dan pemasaran, Urrofi selalu menggunakan platform media sosial, diantaranya adalah TikTok dan Instagram. Dalam pelaksanaannya pun berbasis daring dengan menggunakan virtual meeting. Namun, peneliti berpandangan bahwa untuk bidang praktik seperti videografi tidak efektif bilapembelajarannya melalui virtual meeting.

*Computer Mediated Communication* atau biasa disingkat *CMC* dalam bahasa Indonesia dapat diterjemahkan sebagai proses komunikasi berbasis komputer atau *computer-mediated communication*. Kajian tentang *CMC* dapat disebut sebagai kajian yang baru berkembang pada tahun 1987. Dalam pengertian ini, komputer yang dimaksud bukan hanya *personal computer (PC)* pada umumnya, namun seluruh alat yang berbasis komputer seperti *smartphone*, tab, laptop, dan alat sejenisnya yang dioperasikan menggunakan sistem komputer (Arnus, *Computer Mediated Communication (CMC) Pola Baru Berkomunikasi*, 2015, p. 277). Secara sederhana, *Computer Mediated Communication* merupakan proses komunikasi yang terjadi antardua (2) atau lebih individu menggunakan media komputer (alat dengan sistem komputer).

Penggunaan teknologi dalam *CMC* memberikan fasilitas untuk saling bertukar informasi melalui jaringan telekomunikasi dengan media satu atau lebih alat komputer yang dimiliki oleh setiap individu. Hal ini merupakan pola yang baru dalam kegiatan komunikasi, yang dahulu dilakukan secara tatap muka dan harus bertemu dalam suatu tempat. Namun dengan munculnya pola komunikasi dengan menggunakan *CMC*, maka proses komunikasi interpersonal tidak harus dilakukan secara berdekatan atau bertemu, melainkan melalui alat jejaring telekomunikasi (Arnus, *Pengaplikasian Computer Mediated Communication (CMC) Dalam Dakwah*,

2018, p. 19). Ruang lingkup CMC sendiri meliputi ruang obrolan (*chat*), *World Wide Web* (WWW), sistem pengetikan teks, grafik, audio dan visual. Teori ini juga meliputi aplikasi untuk berbagi audio dan visual seperti YouTube, Instagram, TikTok dan sistem dan sistem pencarian pertemanan seperti Facebook maupun Snapchat.

Urgensi dari penelitian ini adalah penurunan drastis sektor industri perfilman ketika terjadi wabah seperti pandemi Covid-19 dan mengganggu produksi serta jalannya industri tersebut, maka para produser maupun *film maker* harus mengantisipasi dengan berpindah ke platform digital. Namun perpindahan tersebut tidak serta merta mudah. Perlu adanya penyesuaian kembali konten-konten video maupun *workflow* untuk menayangkan film berbasis platform digital dan media sosial. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyesuaian yang dilakukan oleh *film maker*, khususnya melalui Urro Academy, bagaimana melakukan produksi film berbasis platform digital dan media sosial melalui kelas virtualnya.

Pada penelitian sebelumnya dengan judul jurnal *Efektivitas Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19: Persepsi Mahasiswa Pendidikan Biologi*, menyebutkan bahwa selama hampir 3 tahun Indonesia dihadapkan dengan pendidikan berbasis daring. Pendidikan berbasis daring dirasa kurang efektif dibanding dengan pendidikan yang dilakukan secara luring. Sistem kelas secara daring memiliki beberapa keterbatasan dalam proses belajar mengajar, interaksi sesama siswa maupun siswa dengan guru, serta terhambatnya umpan balik. Situasi seperti ini menjadikan peserta didik mengalami kendala dalam penyampaian pendapat, mengajukan pertanyaan serta berdiskusi tentang masalah yang dihadapinya saat kelas daring. Hal ini menyebabkan terjadinya miskomunikasi antara pendidik dan peserta didik maupun sesama peserta didik (Muliadi, Mirawati, & Jannah, 2021).

Berangkat dari permasalahan di atas, peneliti ingin menelaah tentang pola komunikasi dalam pembelajaran videografi yang efektif dilakukan secara daring dengan tujuan untuk meningkatkan industri kreatif khususnya pada bidang Film, Video dan Foto. Peneliti menggunakan teori Computer Mediated Communication untuk lebih mendalami pola komunikasi dalam kegiatan pembelajaran daring

yang seluruh proses komunikasi dibantu oleh media komputer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dimana peneliti akan menggambarkan mengenai proses pembelajaran daring videografi oleh Urro Academy untuk meningkatkan industri kreatif. Metode kualitatif ini dipilih karena permasalahan dalam penelitian ini kurang tepat didefinisikan atau diperoleh penyelesaian masalahnya apabila secara kuantitatif. Selain itu, peneliti juga belum menemukan adanya data kuantitatif yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan eksplorasi kualitatif terhadap objek penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pola komunikasi yang diterapkan oleh Urro Academy dalam kelas virtualnya melalui platform digital ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pola komunikasi Urro Academy dalam kelas virtualnya melalui platform digital.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis :**

Untuk memperdalam teori *Computer Mediated Communication (CMC)* yang diterapkan dalam kelas daring.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan penjelasan mengenai pola komunikasi dalam kelas yang dilakukan secara online sehingga dapat menjadi acuan dalam metode kelas online lainnya yang agar dapat lebih efektif
2. Memberikan penjelasan mengenai peningkatan kualitas belajar melalui kelas-kelas digital dalam bidang perfilman.