

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sejenis

Untuk mendukung penelitian TA ini, penulis meninjau penelitian sejenis yang relevan:

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis

PENELITIAN SEJENIS	FOKUS PENELITIAN	METODOLOGI	HASIL
"Perancangan Video Dokumenter sebagai Media Penyampaian Pesan Pelestarian Budaya Di Pesisir Desa Gisikcemandi" oleh Hamam Asyhari dan Diana Aqidatun Nisa (2024) [3]	Penelitian ini menjelaskan peran penting video dokumenter sebagai media pelestarian budaya lokal Desa Gisikcemandi, berkontribusi dalam mempertahankan, memperkuat identitas, dan meningkatkan kesadaran akan warisan budaya. Video dokumenter ini menampilkan cerita nyata dan dapat dipublikasikan di media digital.	Menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif) dengan teknik pengumpulan data wawancara, <i>focus group discussion</i> , observasi, dan kuesioner.	Media video dokumenter sangat cocok untuk memvisualisasi budaya dan menceritakan kehidupan masyarakat pesisir, menegaskan perannya sebagai alat vital dalam mempromosikan keberagaman budaya dan membangun kesadaran akan nilai-nilai lokal yang berharga.

<p>"Perancangan Video Promosi Produk Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK) Gambung" oleh Deni Albar, Muthia Shafika Haq, dkk. (2022)[4]</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada perancangan video iklan untuk mempromosikan produk teh putih (white tea) dari Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK) Gambung, dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek dan membujuk konsumen untuk membeli produk.</p>	<p>Menggunakan metode <i>Design Thinking</i>, yang melibatkan mitra sebagai klien dalam proses perancangan video.</p>	<p>Video iklan yang dirancang berhasil diunggah ke YouTube dan sejalan dengan kebutuhan komersialisasi produk teh putih melalui promosi yang tepat sasaran.</p>
<p>"Perancangan Video Varian Teh sebagai Upaya Meningkatkan Konsumsi pada Remaja" oleh Bonifasius Krisna Santoso (2022)[5]</p>	<p>Penelitian ini bertujuan merancang video yang berisi ragam dan manfaat teh di Indonesia sebagai upaya meningkatkan konsumsi teh pada remaja di Surabaya.</p>	<p>Menggunakan metode deduktif dan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, survei kuesioner, dan studi pustaka.</p>	<p>Video yang dirancang diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat, khususnya remaja, mengenai jenis dan manfaat teh, serta membantu meningkatkan konsumsi teh dan perekonomian petani teh.</p>
<p>"Perancangan Video Dokumenter Makna Tradisi Menjaga Alam di Gunung Puncak Salam Cireundeu Bagi Kalangan Gen-Z" oleh Nur</p>	<p>Perancangan video dokumenter yang mengeksplorasi tradisi menjaga alam di Kampung Adat Cireundeu sebagai upaya memperkenalkan keterikatan manusia dan alam</p>	<p>Melibatkan studi literatur, wawancara mendalam dengan tokoh adat dan generasi muda, serta survei kepada responden berusia 20-24 tahun. Analisis SWOT</p>	<p>Generasi muda memiliki minat terhadap tradisi ini namun membutuhkan format penyampaian</p>

Mahdania Safitri dan Eka Noviana (2024)[6]	kepada Generasi Z, menghadapi tantangan urbanisasi.	digunakan untuk strategi perancangan.	n yang relevan dengan gaya hidup modern, sehingga video dokumenter dengan pendekatan naratif visual yang autentik dan inspiratif dianggap efektif.
"Video Dokumenter Informasi Kesenian Sisingaan Pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Subang" oleh M. Ifran Sanni, Alifya Nurcahya, Taufiq Kurniawan (2021)[7]	Penelitian ini berfokus pada perancangan media audio visual berupa video dokumenter untuk memberikan informasi tentang kesenian Sisingaan dari Kabupaten Subang, Jawa Barat. Tujuannya adalah untuk memperbarui informasi kesenian Sisingaan yang belum terbarui dan meningkatkan daya tarik masyarakat serta	Menggunakan metode analisis permasalahan, pengumpulan data (observasi, wawancara, kajian pustaka), analisis perancangan, dan konsep produksi media (pra-produksi, produksi, pasca-produksi).	Video informasi kesenian Sisingaan yang dirancang diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai nilai sejarah dan ikon simbol singa pada kesenian Sisingaan Kabupaten Subang yang tidak dapat dihilangkan atau diganti.

Jadi dari 5 penelitian ini menyimpulkan bahwa video dokumenter memiliki peran strategis dan efektif dalam pelestarian budaya lokal, khususnya di wilayah pesisir seperti Desa Gisikcemandi. Dengan menampilkan kisah nyata yang dikemas secara visual melalui media digital, video dokumenter mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap warisan budaya, memperkuat identitas lokal, dan mempromosikan keberagaman budaya. Metode penelitian campuran (kualitatif dan kuantitatif) yang diterapkan—meliputi wawancara, FGD, observasi, dan kuesioner—membuktikan bahwa media audiovisual sangat cocok untuk mengangkat kehidupan dan nilai-nilai budaya masyarakat pesisir.[8] Oleh karena itu, video dokumenter tidak hanya menjadi alat dokumentasi, tetapi juga media edukatif dan promosi budaya yang vital untuk membangun pemahaman serta kecintaan terhadap budaya lokal di era digital.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori berisi teori-teori yang dibutuhkan dan digunakan terkait dengan proses penelitian dan perancangan.

2.2.1. Definisi Film

Film didefinisikan sebagai gambar bergerak atau movie, dan secara kolektif sering disebut sebagai cinema. Secara harfiah, film (cinematographie) berarti melukis gerak dengan cahaya. Film adalah media komunikasi massa yang memiliki nilai seni dan berfungsi

membawa informasi serta hiburan. Film dapat merekonstruksi informasi melalui adegan atau dialog. Film dokumenter adalah genre film yang bertujuan merekam realitas dan menyajikan informasi faktual. Film dokumenter tidak menciptakan peristiwa atau kejadian fiktif, melainkan merekam peristiwa yang sungguh-sungguh terjadi atau otentik. Film dokumenter berhubungan dengan orang, binatang, tokoh, peristiwa, dan lokasi nyata. Menurut Bill Nichols, film dokumenter adalah upaya menceritakan kembali sebuah kejadian atau realitas menggunakan fakta dan data. Film dokumenter umumnya menceritakan peristiwa yang benar-benar terjadi, baik yang terjadi pada manusia, hewan, tumbuhan, perkembangan ilmiah teknologi, maupun perubahan tempat. [9]

Film "Kisah di Balik Secangkir Teh Incip" termasuk dalam kategori dokumenter budaya karena menyoroti tradisi dan warisan teh lokal. Dokumenter ini berfungsi sebagai media informasi, edukasi, advokasi, serta pelestarian budaya. Dengan menyajikan narasi faktual, film ini membantu mengenalkan kekayaan budaya Indonesia dan mendorong generasi muda untuk turut melestarikannya. Meskipun film dokumenter didasarkan pada fakta dan bukan fiksi, film-film ini tidak sepenuhnya "objektif." Proses pembuatan film melibatkan pembuat film dalam membuat pilihan tentang cerita yang akan diceritakan. Seperti bentuk komunikasi lainnya, film dokumenter tidak dapat dipisahkan dari subjektivitas.

Bahkan dengan upaya untuk mencapai keseimbangan atau netralitas dalam penyajian, cerita yang diceritakan dalam dokumenter dapat dipengaruhi oleh sudut pandang pembuat film, tujuan komunikasi, dan pilihan visual yang dibuat oleh tim produksi. Meskipun demikian, ada pedoman etika dasar untuk pembuatan film dokumenter: netralitas dan akurasi data. Keaslian fakta yang menjadi dasar cerita adalah kekuatan film dokumenter.

Di tengah era yang ditandai oleh banjir informasi dan meningkatnya ketidakpercayaan terhadap konten yang dimanipulasi, komitmen film dokumenter terhadap "aktualitas dan fakta" memberikan keuntungan yang signifikan. Kemampuannya untuk merekam "peristiwa otentik tanpa dramatisasi" memungkinkan film dokumenter membangun kredibilitas dan menumbuhkan koneksi emosional yang tulus dengan audiens. Keunggulan otentisitas ini sangat kuat untuk upaya pelestarian budaya, karena memungkinkan audiens untuk mengalami tradisi dalam bentuk aslinya, menumbuhkan apresiasi dan kepercayaan yang lebih dalam, alih-alih menganggapnya sebagai narasi komersial atau fiktif belaka. Presentasi yang langsung dan tanpa polesan ini dapat menembus kebisingan digital dan beresonansi lebih dalam dengan generasi yang mencari pengalaman nyata, sehingga pesan tentang "incip teh" menjadi lebih berdampak.

Film dokumenter adalah film nonfiksi yang menyajikan kenyataan atau fakta yang sebenarnya dengan tujuan untuk menginformasikan, mendidik, atau membangkitkan kesadaran sosial. Film ini biasanya menampilkan rekaman peristiwa nyata, wawancara, arsip, dan narasi yang membentuk cerita atau pesan yang ingin disampaikan pembuat film kepada audiensnya. Berbeda dengan film fiksi, film dokumenter tidak dibuat dengan cerita rekaan atau aktor profesional yang berperan, melainkan berdasarkan peristiwa atau kehidupan nyata, sering kali melibatkan tokoh atau narasumber asli.[9]

2.2.2. Efektivitas Instagram sebagai Media Kampanye Digital

Konten video, terutama di platform media sosial seperti Instagram Reels, terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian audiens. Video dapat meningkatkan jangkauan, keterlibatan, dan bahkan memengaruhi keputusan pembelian. Instagram Reels menunjukkan jangkauan audiens yang lebih luas dibandingkan posting teks, karena kemampuannya menggabungkan visual, suara, dan teks, membuat pesan pemasaran lebih efektif dan menarik. Reels juga lebih mudah dibagikan dan sering muncul di halaman Jelajahi Instagram, memperluas jangkauan konten di luar pengikut langsung, sehingga meningkatkan visibilitas merek. Penggunaan Reels dalam strategi promosi digital dapat mempercepat pengenalan merek dan berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.

Survei GlobalWebIndex 2023 mengungkapkan bahwa 93% pengguna internet Indonesia menonton video pendek online setiap bulannya, menegaskan dominasi format video dalam konsumsi media. Metrik utama untuk mengukur keberhasilan kampanye digital marketing meliputi traffic website, conversion rate, interaksi di media sosial (likes, comments, shares), Return on Investment (ROI), Click-Through Rate (CTR), Customer Retention Rate, Bounce Rate, dan sentimen serta umpan balik pelanggan. Interaksi di media sosial, termasuk jumlah like, share, dan komentar, mencerminkan seberapa luas dampak pertunjukan terhadap audiens yang lebih luas. Hashtag yang digunakan, ulasan online, dan foto yang dibagikan juga menjadi indikator popularitas.

Instagram Reels, meskipun durasinya terbatas, dapat berfungsi sebagai platform "mikro-dokumenter" yang kuat. Format video pendeknya sangat sesuai dengan kebiasaan konsumsi Generasi Z, yang sangat responsif terhadap konten audio-visual yang ringkas dan menarik secara visual. Tingginya persentase pengguna internet Indonesia yang menonton video pendek setiap bulan menegaskan potensi besar platform ini. Untuk "Teh Begawat," Reels dapat berfungsi sebagai teaser atau sorotan yang menarik, menyaring elemen paling menawan dari dokumenter lengkap menjadi potongan-potongan yang viral dan mudah dibagikan. Strategi ini bukan hanya tentang promosi; ini tentang menciptakan funnel

konten yang menarik di mana Reels berfungsi sebagai pengait, mengarahkan audiens yang penasaran menuju penceritaan yang lebih mendalam dari film utama. Hal ini memanfaatkan viralitas dan kemampuan ditemukan secara native di platform (halaman Jelajahi) untuk menjangkau audiens di luar pengikut langsung, secara efektif mengubah konten berdurasi pendek menjadi gerbang menuju imersi budaya.

Tabel Data Efektivitas Instagram sebagai Media Kampanye Digital

Tabel 2. 2 Data Efektivitas Instagram sebagai Media

METRIK	DATA/ ANGKA	SUMBER	SIGNIFIKA NSI UNTUK KAMPANY E
Jumlah Pengguna Internet Indonesia	22 juta pengguna	Januari 2024	Menunjukkan pasar digital yang sangat luas untuk penyebaran informasi.
Rata-rata Waktu Penggunaan Internet	7 jam 48 menit per hari	Januari 2024	Indikasi tingginya waktu yang dihabiskan audiens di platform digital, meningkatkan peluang keterpaparan konten.

Persentase Pengguna yang Menonton Video Pendek Online	93% setiap bulan	GlobalWebIndex 2023	Mengkonfirmasi dominasi format video pendek dan preferensi audiens terhadapnya, mendukung strategi Reels.
Potensi Jangkauan Audiens Instagram Reels	Lebih luas dari posting teks		Kemampuan untuk menjangkau audiens di luar pengikut langsung melalui fitur "Jelajahi" dan berbagi.
Tingkat Keterlibatan (Likes, Comments, Shares)	Tinggi		Mencerminkan dampak luas konten dan kemampuan untuk memicu interaksi serta memengaruhi perilaku konsumen.

2.2.3. Teori Komunikasi Visual dan Efek Media

Teori komunikasi visual dan efek media menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana kampanye video memengaruhi audiens. Konsep-konsep seperti "media sebagai

perpanjangan diri" (*media as an extension of self*), "pesan dalam media kampanye" (*messages in campaign media*), "media hangat dan dingin" (*warm and cold media*), dan pendekatan "desa global" (*global village*) sangat relevan dalam konteks ini.

Konsep "media sebagai perpanjangan diri" menyatakan bahwa media dan teknologi memperluas kemampuan manusia, bukan hanya sebagai alat transfer informasi, tetapi juga dengan memperluas fungsi dan indra manusia. Dalam konteks kampanye video, platform seperti Instagram bertindak sebagai perpanjangan diri, memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan menumbuhkan rasa keterhubungan. Teori McLuhan menyatakan bahwa media itu sendiri membawa pesan di luar kontennya, memengaruhi pola interaksi sosial, persepsi, dan pengalaman manusia. Pesan visual dalam kampanye dirancang tidak hanya untuk menginformasikan tetapi juga untuk menginspirasi dan mendorong tindakan positif.

Media hangat menyediakan informasi yang rinci dan jelas, membutuhkan partisipasi audiens yang minimal, sementara media dingin menawarkan informasi yang minimal atau kurang jelas, menuntut lebih banyak interpretasi dan partisipasi audiens. Pendekatan kampanye video dapat menggabungkan keduanya, menggunakan konten informatif (media hangat) sambil mendorong

interaksi dan refleksi diri (elemen media dingin). Pendekatan "desa global" menyoroti bagaimana kemajuan teknologi komunikasi, khususnya media elektronik seperti internet, mengubah dunia menjadi "desa global" di mana jarak fisik tidak lagi menghalangi komunikasi. Kampanye video memanfaatkan platform seperti Instagram untuk menyebarkan kesadaran secara cepat, menghubungkan orang-orang secara global seolah-olah mereka berada dalam komunitas kecil.

Strategi komunikasi visual pada platform seperti Instagram memanfaatkan konten visual berbasis seni (misalnya, animasi kartun, ilustrasi) untuk membuat isu-isu kompleks (seperti kesehatan mental) dapat diakses dan relevan, membangun kedekatan emosional dengan audiens. Video pendek telah menjadi salah satu media terkemuka yang digunakan oleh generasi muda untuk berekspresi secara daring, sehingga menjadi kekuatan pendorong dalam membentuk budaya daring.

Penerapan konsep McLuhan "medium adalah pesan" secara langsung pada kampanye Instagram menunjukkan bahwa karakteristik inheren Instagram Reels—durasi pendek, format yang sangat visual, penekanan pada keterlibatan cepat, dan kemampuan ditemukan melalui algoritma—secara fundamental membentuk bagaimana pesan pelestarian budaya "incip teh" diterima dan

diinteraksikan oleh audiens. Bukan hanya apa yang ditampilkan (tradisi teh), tetapi juga bagaimana itu ditampilkan (melalui video pendek yang dinamis, dapat dibagikan, dan seringkali diiringi musik) yang memengaruhi pengalaman dan pemahaman audiens. Ini menyiratkan bahwa kampanye harus mengadaptasi narasi dan gaya visualnya untuk memanfaatkan kekuatan platform, bahkan sambil mengakui tantangan dalam menyampaikan "kedalaman kontekstual" karena durasi video yang singkat. Platform itu sendiri menjadi rekan pencipta pesan, memengaruhi "pola interaksi sosial, persepsi, dan pengalaman manusia".

2.2.4. Peran Video dalam Pelestarian Budaya dan Peningkatan Kesadaran Sosial

Video dokumenter diidentifikasi sebagai alat vital untuk melestarikan budaya lokal, memperkuat identitas budaya, meningkatkan kesadaran publik akan warisan budaya, dan mempromosikan keragaman budaya. Video dokumenter dapat menyajikan cerita otentik berdasarkan data nyata tanpa manipulasi, mampu memengaruhi opini publik, dan menginspirasi generasi muda untuk menjadi pelopor pelestarian budaya. Analisis menunjukkan bahwa media video dokumenter sangat cocok untuk memvisualisasikan budaya dan menceritakan kehidupan masyarakat. Informasi yang disampaikan dalam video berasal langsung dari narasumber terkait, yang memperkuat kredibilitas

informasi yang dibahas. Film dokumenter juga dapat berfungsi sebagai alat pendidikan untuk memperkaya pengetahuan dan kesadaran siswa tentang warisan budaya lokal. Penelitian menunjukkan bahwa film dokumenter memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran siswa dalam pelestarian budaya lokal. Film dokumenter dapat menampilkan filosofi dan sejarah alat musik tradisi, cara memainkan, hingga cara membuatnya, sehingga menjadi panduan yang mendalam.

Meskipun dokumenter sangat kuat untuk pelestarian budaya dan peningkatan kesadaran, tantangan utama bagi proyek DKV adalah menyeimbangkan kedalaman yang diperlukan untuk pemahaman budaya yang bermakna dengan singkatnya durasi dan daya tarik yang diperlukan untuk kampanye digital yang efektif. Platform seperti Instagram, meskipun efektif untuk jangkauan, mungkin kurang memiliki kedalaman kontekstual karena durasi video yang singkat, yang dapat memaksa kreator untuk memadatkan informasi.

2.2.5. Strategi Pemasaran Digital dan Branding melalui Konten Video

Pemasaran digital telah menjadi strategi yang efektif dalam memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Strategi ini mencakup berbagai aspek seperti media sosial, *e-commerce*, SEO, dan konten kreatif untuk menarik konsumen secara lebih efektif.

Platform media sosial seperti Instagram dan Facebook terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk kuliner melalui konten visual yang menarik dan testimoni pelanggan.

Membangun identitas merek yang kuat dan konsisten merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran digital. Konsistensi ini tidak hanya membantu merek mudah dikenali oleh audiens, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*, IMC), konsistensi dalam komunikasi pemasaran di semua platform sangat penting untuk menciptakan citra merek yang kuat. Konsistensi identitas merek mencakup elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi yang seragam di semua platform. Selain itu, gaya komunikasi dan *tone of voice* yang digunakan dalam interaksi dengan pelanggan juga harus sesuai dengan kepribadian merek. Konsistensi ini meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan, yang merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas.

Kualitas dan interaktivitas konten adalah faktor utama yang menentukan keberhasilan pemasaran melalui media sosial. Konten yang menarik, informatif, dan relevan dapat meningkatkan keterlibatan pengguna secara signifikan. Format konten yang beragam, seperti gambar, video, infografis, dan *live streaming*,

memungkinkan perusahaan menyesuaikan materi dengan preferensi audiens.¹⁸ Konten interaktif, seperti jajak pendapat dan survei, mendorong partisipasi audiens dan memberikan wawasan berharga tentang preferensi pelanggan.¹⁸ User-Generated Content (UGC) juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sejalan dengan teori *Social Proof* yang menyatakan bahwa konsumen lebih cenderung mempercayai rekomendasi dari pelanggan lain.