

**STRATEGI KOMUNIKASI THE PANASDALAMOVIE
MELALUI PRODUKSI FILM**

*(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi The Panasdalamovie
melalui produksi film Bandung)*

SKRIPSI

Oleh :

FERDHA KURNIA PASGARA

41814157



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

B A N D U N G

2 0 1 8

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu alat yang penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok manusia untuk berbagai tujuan dan kepentingan. Dengan informasi manusia dapat mengetahui dan mengikuti berbagai macam peristiwa dan kejadian di sekitar dan dapat meningkatkan kedudukan serta perannya didalam masyarakat. Pada era informasi yang kita hadapi pada saat ini, bermacam sarana telekomunikasi berkembang sangat pesat dan mudah di dapatkan. Suatu komunikasi akan tercapai apabila orang-orang yang terlihat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai sesuatu yang di komunikasikan tersebut.

Kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”. Istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi sangat dibutuhkan oleh Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan informasi dalam berinteraksi. Komunikasi menjadi suatu alat untuk saling menyampaikan informasi yang penting untuk sosialisasi dalam kehidupan. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah

berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolir dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa.

Komunikasi memerlukan media sebagai sarana penyampaian pesan, media tersebut dapat berupa media cetak, media elektronik maupun media online. Media-media tersebut memerlukan informasi untuk disampaikan kepada masyarakat, informasi tersebut didapatkan melalui kegiatan pengumpulan data-data yang diolah menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat yang kemudian di sebarluaskan kepada masyarakat melalui media.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi. Untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

“Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapidan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa caramemakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada dirikhalayak dengan mudah dan cepat” (Arifin,1994:10).

Definisi strategi menurut Jalaludin Rahmat :“Strategi adalah: suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai

aktifitas termasuk di dalamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan”

(Rakhmat, 2001:201)

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy sebagai berikut “Strategi pada hakikatnya adalah **perencanaan** (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai **tujuan** tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa **pesan** yang disampaikan melalui berbagai **media** dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*flamed multi media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda” (Effendy, 2000 :300).

Dari pendapat Onong Uchjana Effendy di atas, terlihat bahwa dalam pelaksanaan sebuah strategi tidak terlepas dari **Tujuan, Rencana**, dan Manajemen Komunikasi yang di dalamnya terdapat, **Pesan, Media**, dan membutuhkan **Evaluasi**

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, memiliki keterkaitan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumberdaya, preferensi, kebutuhan, resiko dan jumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari komunis yang berarti “sama, *public*, dibagi oleh semua atau banyak”.

Definisi Organisasi - Organisasi identik dengan sekelompok individu yang terstruktur dan sistematis yang berada dalam sebuah sistem. definisi lain dari organisasi adalah wadah untuk sekelompok individu berinteraksi dalam

wewenang tertentu. Secara umum, organisasi dapat diartikan sebagai sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok individu yang melalui suatu hierarki sistematis dalam pembagian kerja dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara struktural dan sistematis. Berdasarkan definisi tersebut, organisasi memiliki beberapa batasan-batasan yang dapat di gambarkan dalam sebuah organisasi.

Berdasarkan perkembangannya, manusia membentuk sebuah kelompok yang didalamnya terdapat orang-orang yang mempunyai kepentingan, kegemaran, kebiasaan, ataupun pola pikir yang sama yang dinamakan komunitas..

“Dalam komunitas, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.” (Soenarno, 2002).

Organisasi “The Panasdalamove” mempunyai preferensi yang sama yaitu dibagian audio visual, mereka berkumpul dengan maksud menyampaikan ide memberikat kemampuan yang bisa dilakukan untuk membuat suatu karya bersama.

“Komunitas adalah kelompok sosial yang nyata yang terdiri dari individu - individu dengan berbagai peran dan latar belakang yang mempunyai tujuan tertentu.” (Puspito, 1989).

Seperti yang dilakukan oleh sekumpulan orang yang membentuk sebuah komunitas The Panasdalam, di mana komunitas ini merupakan komunitas separatis yang bergerak di bidang kebudayaan dan kreatif, komunitas yang terbentuk dari keliaran berpikir para anggotanya.

“Sebuah Negara yang memproklamkan kemerdekaannya pada tanggal 18 agustus 1995 di sebuah studio seni lukis, lantai dua Fakultas Seni Rupa dan Desain – Institut Teknologi Bandung (FSRD – ITB). Negara ini dipimpin oleh imam besar mereka, seorang haji yang pada waktu itu mungkin masih menyembah api dan semut tetapi sekarang tidak. Pimpinan mereka adalah haji mabrur yang sampai sekarang masih membaca kitab Wedha, Thaurat, Injil, dan buku–buku lain, serta tentunya kitab suci Al-Qur’an.”

Bagi komunitas “The Panasdalam”, komunitas adalah hanya istilah populer saja, yang disesuaikan dengan kebiasaan atau kebudayaan lingkungan sekitar, pada kenyataannya komunitas “The Panasdalam” bukan hanya sekelompok orang yang memiliki kegemaran yang sama, atau ketertarikan kepada sebuah hal saja, namun di dalam komunitas “The Panasdalam” terdapat struktur organisasi atau divisi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa “The Panasdalam” adalah sebuah organisasi.

Salah satu divisi yang akan peneliti bahas dalam skripsi ini adalah divisi dalam bidang audio visual yaitu “The Panasdalamovie”, awal mula dibentuknya karena Pidi Baiq selaku Imam Besar “The Panasdalam” berencana membuat film bertemakan drama komedi kisah remaja Bandung.

“Pidi, yang merupakan vokalis dan pendiri band “The Panasdalam” ini menyatakan, bahwa bukan kelompok musiknya tersebut yang menggarap pembuatan film. Ia mengikutsertakan sejumlah sineas muda di Kota Bandung, untuk film yang masih dirahasiakan judulnya tersebut.

The Panasdalam Band” prinsipnya hanya bermusik. Personelnya tidak membuat film. Untuk “The Panasdalamovie”, di dalamnya ada Iyang Dharmawan (P-Project) dan beberapa orang lain,” kata Pidi, saat ditemui di KantinNation, Rumah The Panasdalam, Jalan Ambon Kota Bandung.”

Dalam perkembangan komunitas “The Panasdalam”, maka harus dilakukan langkah-langkah yang tepat, karena jika tidak melakukan langkah yang tepat dalam pengelolaan komunikasi, maka tujuan organisasi akan sulit tercapai. Tetapi kondisi organisasi “The Panasdalam” yang hingga kini masih dapat bertahan dan terus berkembang menunjukkan kemampuan organisasi “The Panasdalam” dalam mengelola organisasi dengan sangat baik.

Sebelum pembahasan lebih lanjut mengenai komunitas ”The Panasdalam”, kita akan membahas profil singkat tentang pendiri ”The Panasdalam”.

Sang proklamator adalah Pidi Baiq, pada waktu itu adalah seorang mahasiswa tingkat tiga yang berkata dengan cara berdiri di atas meja di hadapan sekitar 20 orang kawan-kawannya:

”Jika sebuah negeri sudah bukan milik bangsanya lagi, melainkan sudah menjadi milik sebuah keluarga di Jakarta (Jl. Cendana-Red), maka mencintainya adalah mencintai siapa pemiliknya yang justru kita sedang membencinya. Demi kawan-kawan kita yang hilang karena diculik dan yang runtuh hatinya karena skorsing, sesungguhnya kita sudah berusaha merebutnya kembali, tetapi dia itu kuat. Maka sudahlah biar, Indonesia menjadi miliknya, kita bikin Negara sendiri, negara kecil tetapi asli milik diri sendiri. Inilah negaranya: Negara Kesatuan Republik The Panasdalam”

Sejak itu lahirlah sudah sebuah Negara baru bernama: Negara Kesatuan Republik The Panasdalam (NKR The Panasdalam) dengan jargonnya yang diambil dari isi pidato Paus Paulus II: ARGUMENTUM IN ABSURDUM. Sebuah Negara kecil tetapi kaya raya. Sebuah negara sederhana tetapi penduduknya merokok dengan rokok yang diimport dari luar negeri (Indonesia). Mereka buang air kecil atau buang besar dengan pergi ke toilet

yang ada di luar negeri. Mereka jumatannya pergi ke mesjid yang ada di luar negeri layaknya orang yang pergi haji (di Masjid Salman ITB). Orang tua dan kekasih mereka berada tinggal di luar negeri. Mereka bahkan bisa memandang negara tetangga hanya dengan duduk bermain gitar di sisi dekat jendela.

Pidi Baiq yang akrab di sapa Ayah oleh teman-temannya ini adalah Imam besar dari "The Panasdalam", selain menjadi Imam besar "The Panasdalam" Pidi juga seorang seniman, sastrawan, dan juga seorang musisi serta pencipta lagu. Pidi bahkan berprofesi sebagai Dosen di Institut Teknologi Bandung. Seniman kelahiran Bandung, 08 Agustus 1972 ini adalah seniman yang memiliki banyak kelebihan.

Selain sebagai seorang musisi dan pencipta lagu, ia juga seorang penulis, ilustrator, pengajar dan komikus. Sudah banyak karya yang ia ciptakan. Pidi Baiq mengaku imigran dari surga yang diselundupkan ke Bumi oleh ayahnya di Kamar Pengantin dan tegang.

Berbicara tentang komunitas, "The Panasdalamovie" tidak jauh berbeda dengan komunitas pada umumnya yang memiliki tujuan untuk di capai, namun dalam setiap kegiatan yang dilakukan "The Panasdalamovie" harus selalu di dasari atau dilakukan untuk bersenang-senang.

Penelitian ini mencoba untuk memahami strategi komunikasi melalui produksi film "The Panasdalamovie". Komunitas ini merupakan tantangan tersendiri, khususnya pada komunitas "The Panasdalamovie".

Dari latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai ”Strategi Komunikasi The Panasdalamovie melalui produksi film”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan secara jelas dari fokus dalam rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan sub-sub fokus terpilih sehingga dijadikan sebagai rumusan masalah makro dan mikro, yaitu:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

“Bagaimana Strategi Komunikasi ”The panasdalamovie” melalui produksi film?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana perencanaan ”The Panasdalamovie” dalam produksi film?
2. Bagaimana tujuan ”The Panasdalamovie” dalam produksi film?
3. Bagaimana pesan yang disampaikan ”The Panasdalamovie” melalui film?
4. Bagaimana media yang di gunakan ”The Panasdalamovie”?
5. Bagaimana evaluasi ”The Panasdalamovie” dalam produksi film?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk dapat memahami Strategi Komunikasi Komunitas "The Panasdalamovie" melalui produksi film.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang strata satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia. Selain itu ada alasan lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan "The Panasdalamovie" dalam produksi film
2. Untuk mengetahui tujuan "The Panasdalamovie" dalam produksi film
3. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan "The Panasdalamovie"
4. Untuk mengetahui media yang di gunakan "The Panasdalamovie"
5. Untuk mengetahui evaluasi "The Panasdalamovie" dalam produksi film

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yang terbagi atas kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang dapat diperoleh. Diantaranya adalah sebagai berikut ini:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pengetahuan dalam kajian ilmu sosial dan komunikasi khususnya konsentrasi Jurnalistik.

- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah kepustakaan ilmu komunikasi terutama konsentrasi Jurnalistik, serta meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu komunikasi khususnya dalam konsentrasi Jurnalistik sebagai bahan perbandingan antara teori dengan penerapannya atau praktiknya.

Hasil penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan.

b. Bagi Universitas Komputer Indonesia

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan mengenai analisis Strategi Komunikasi Komunitas "The Panasdalamovie" melalui produksi film.

c. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi yang luas mengenai Strategi Komunikasi Komunitas "The Panasdalamovie" melalui produksi film.

d. Bagi Organisasi

Hasil Penelitian ini dapat menjadi bahan pengetahuan dan evaluasi bagi organisasi "The Panasdalamovie" untuk kedepannya