

Produksi Video *Feature*
“Memori Besar dalam Secercah Peranti”

Oleh:

Lyvia Setyo Budhi

362019001

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada

Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : MEMORI BELAJAR DALAM SEGERAH PERANTI
Nama Mahasiswa : LYDIA STYLO BUDHI
NIM : 342019001
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh,

Pembimbing Utama,



PRATIWI CRISTIN H., S. Sos., M. Si.

()

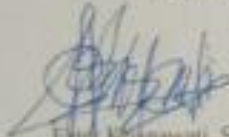
Pembimbing Pendamping,



SAMUDRO, S. Si., M. Si.

()

Diketahui Oleh,
Kaprodik,



Eka Kristawati, S. Sos., M. I. Kom.

Diketahui Oleh,
Dekan,



Dy. Ayu Darmasari, M. Si.

Disetujui tanggal 19 Juli 2023

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023

PRODUKSI VIDEO *FEATURE*

“Memori Besar dalam Secercah Peranti”

Lyvia Setyo Budhi, Pratiwi Cristin Harnita, Sampoerno

FISKOM, Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: lyviabudhi24@gmail.com, pratiwi.harnita@uksw.edu, sampoerno.sampoerno@uksw.edu

ABSTRAK. *Photobox* saat ini menjadi salah satu tren yang masih diminati oleh khalayak di Salatiga. *Photobox* dianggap sebagai salah satu hiburan yang menjadi sebuah *trend*. Biasanya khalayak mengunjungi *photobox* bersama kerabat, kekasih, hingga keluarga mereka. *Photobox* bisa ditemui di *mall*, *cafe*, hingga tempat khusus untuk *photobox*. Setelah berfoto kita dapat langsung memperoleh hasil cetaknya dengan *frame* khusus yang dapat dipilih sebelumnya. Hasil foto juga dapat dikirim langsung melalui *e-mail*. Karya ini menjadi sebuah rancangan produksi sebuah video *feature* yang mengangkat mengenai fenomena adanya *photobox* yang masih tetap eksis hingga saat ini. Di tengah perkembangan dunia fotografi dan studio foto saat ini yang kian pesat, kehadiran *photobox* masih memiliki tempat di hati para penggemarnya dengan tampilan yang lebih kekinian. *Trend photobox* juga mulai merambah pada pengguna Instagram dan TikTok di berbagai kota di Indonesia, khususnya Salatiga yang membagikan pengalamannya berfoto di *photobox*. Seperti data yang telah diperoleh, setiap hari pasti ada yang mengunjungi *photobox* di Kota Salatiga.

Difusi Inovasi menjadi teori utama dalam perancangan produksi video *feature* audio-visual ini. Menurut Rogers (1995) teori Difusi Inovasi adalah sebuah proses inovasi yang dikomunikasikan dengan saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota sebuah sistem sosial. Adanya inovasi yang disebarkan (difusi) oleh media massa akan mempengaruhi khalayak. Sehingga apa yang diceritakan dan dilakukan oleh pengunjung *photobox* kepada orang disekitarnya akan mengubah persepsi khalayak untuk turut menggunakan *photobox* juga. Selain itu, teori Framing juga menjadi acuan perancang dalam membuat video ini. Teori Framing sendiri dalam komunikasi massa merupakan sebuah teori mengenai bagaimana sebuah pesan dalam media massa mendapatkan perspektif. Ini sangat relevan dengan diambilnya *point of view* pengunjung *photobox* dengan video yang dibuat. Dasar dari teori Framing adalah memusatkan perhatian pada peristiwa tertentu dan memaknainya kemudian.

Kata Kunci: *Photobox*, *Video Feature*, Teori Difusi Inovasi, Teori Framing.

ABSTRACT. Photobox is currently one of the trends that are still in high demand by audiences in Salatiga. Photobox is considered as one of the entertainments that have become a trend. Usually, audiences visit photoboxes with their relatives, lovers, and even their families. Photoboxes can be found in malls, cafes, and special places for photoboxes. After taking a photo, we can immediately get the printout with a special frame that can be selected beforehand. Photos can also be sent directly via e-mail. This work becomes a production plan for a feature video that raises the issue of the photobox phenomenon which still exists today. In the midst of the rapid developments in the world of photography and photo studios, photobox still has a place in the hearts of its fans with a more up-to-date look. The photobox trend has also begun to spread to Instagram and TikTok users in various cities in Indonesia, especially Salatiga who shared their experience taking photos in photobox. According to the data that has been obtained, every day someone visits the photobox in Salatiga City.

Diffusion of Innovation is the main theory in designing the production of this audio-visual feature video. According to Rogers (1995), the theory of Diffusion of Innovation is an innovation process that is communicated through certain channels from time to time among members of a social system. The existence of innovation spread (diffusion) by the mass media will affect the audience. So that what is told and done by photobox visitors to people around them will change the audience's perception to also use photobox. Apart from that, Framing theory is also a design reference in making this video. Framing theory itself in mass communication is a theory about how a message in mass media gains perspective. This is very relevant to taking the point of view of photobox visitors with the videos they make. The basis of the Framing theory is to focus on certain events and interpret them later.

Keywords: Photobox, Video Feature, Diffusion of Innovation Theory, Framing Theory.