

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Referensi karya merupakan sejumlah karya terdahulu yang telah diproduksi yang relevan yang digunakan sebagai acuan serta pembanding dalam merancang, yang dapat mendukung argumen atau analisis dalam perancangan karya saat ini. Karya terdahulu berasal dari artikel ilmiah berbasis karya yang telah dipublikasi dalam jurnal, baik nasional maupun internasional. Sementara, karya lainnya yang berasal dari skripsi, tesis, maupun disertasi dapat digunakan sebagai pelengkap, tetapi tidak dapat dimasukkan dalam Tabel 2.1 Referensi Karya.

Terdapat 6 referensi karya yang digunakan dalam perancangan karya ini yang relevan dengan pembuatan video musik, lagu, dan jingle sebagai media alternatif edukasi mitigasi bencana tsunami yang disajikan dalam Tabel 2.1.



2.1. Tabel Referensi Karya

No	Referensi Karya	Artikel 1	Artikel 2	Artikel 3	Artikel 4	Artikel 5	Artikel 6
1.	Judul Artikel (Karya)	<i>Composition of Song Child as Mitigation of Earthquake and Tsunami Disaster on Coastal Areas in Pariaman City and Padang Pariaman District West Sumatra Province</i>	Perancangan Video Musik Hidup Bersih dan Sehat sebagai Sarana Kampanye PHBS untuk Anak-Anak di Kabupaten Badung	Proses Pembuatan Lagu Indah Pulau Dewata untuk Konten YouTube Channel Bali TV	Pembuatan Jingle Kota Batu Semangat Berseri sebagai Sarana Pemersatu dan Promosi Wisata Desa Kota Batu	Perancangan Video Animasi Menghadapi Bencana Banjir untuk Anak Usia 6-8 Tahun	Pengembangan Media Video Pembelajaran Berbasis Mitigasi Bencana di Kelas V SDN 15 Salolo Kota Palopo

2.	Nama Lengkap Penulis, Tahun Terbit, dan Penerbit	Sastra Munafri & Bambang Wijaksana, 2017, dan <i>Sumatra Journal of Disaster, Geography and Education</i>	Ni Wayan Nandaryani, Dewa Gede Purwita, & Ni Kadek Rena Febriani, 2023, dan Jurnal Desain	Daniel Jonathan I Putu, Guntur Eko Prasetyo, & I Komang Darmayuda, 2023, dan <i>Melodious: Journal of Music</i>	Prima Rini Metri Oktavianti, Trisnowati Josiah, Novalia, Farida Juwita, & Reza Baladi Fahmi, 2023, dan Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)	Dani Tri Aditya & Nanda Nini Anggali, 2024, dan Jurnal Desgrafia	Baiq Santi, Baderiah, & Taqwa, 2024, dan Jurnal Pendidikan Refleksi
3.	Tujuan Karya	Mitigasi bencana gempa bumi dan tsunami. Serta, membangun karakter dan mental siswa Sekolah Dasar	Mengajarkan aktivitas Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) sejak dini kepada anak-anak	Menceritakan keindahan serta mengajak untuk melestarikan kebudayaan dan kekayaan yang ada di Pulau Bali	Sebagai sarana pemersatu masyarakat sekaligus media promosi digital bagi objek wisata Desa Kota Batu	Meningkatkan pemahaman dan kesiapsiagaan anak-anak terhadap bencana banjir (Media Edukasi)	Meningkatkan pengetahuan dan kesiapsiagaan siswa sekolah dasar terhadap mitigasi bencana

4.	Target Karya	Siswa SD di daerah pesisir pantai Kota Pariaman dan Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat	Anak-Anak, khususnya di Kabupaten Badung	Masyarakat Pulau Bali serta secara luas	Masyarakat Desa Kota Batu serta secara luas	Anak-Anak usia 6-8 tahun secara luas khususnya di Kota Surabaya	Siswa kelas V SDN 15 Salolo Kota Palopo
5.	Landasan Konsep	Lagu Anak, Mitigasi Bencana	<i>Edutainment (Education dan Entertainment), Storyboard, Ilustrasi, Warna, Tipografi, Teks</i>	Teori Musik, Piano Mayor, <i>Ensamble</i> , Aplikasi Musik Komputer, Pembuatan Video	Promosi, Musik	Manajemen Bencana Alam, Animasi, <i>Storyboard, Visual Effect, Sound Effect</i>	Teori Pembelajaran Multimedia, Teori Konstruktivisme

6.	Metode Perancangan Karya	1) Pengumpulan <i>database</i> karakteristik wilayah penelitian, 2) Pembuatan lirik lagu, 3) Metode penciptaan musik, 4) Proses aransemen lagu, 5) Proses rekaman di studio	1) Pra produksi: Perancangan ide dan konsep, penciptaan lagu dan musik, dan pembuatan <i>storyboard</i> , 2) Produksi: Perekaman suara dan gambar, 3) Pasca produksi: Penyuntingan (<i>Editing</i>), 4) Evaluasi, 5) Publikasi	1) Tahap pendahuluan, 2) Tahap diskusi, 3) Tahap awal pembuatan lagu 4) Tahap penulisan lirik, 5) Tahap akhir pembuatan lagu: <i>vocal recording</i> , <i>mixing</i> , dan <i>mastering</i> , serta pembuatan video klip	1) Tahap persiapan: Observasi dan diskusi, 2) Tahap pelaksanaan: Pembuatan jingle dan video, 3) Tahap evaluasi dan pelaporan: Evaluasi kegiatan pengabdian dan pelaporan kegiatan PKM	1) Latar belakang masalah, 2) Rumusan masalah, 3) Kajian pustaka, 4) Pengumpulan data, 5) Analisis data, 6) Konsep perancangan, 7) Visualisasi, 8) Uji coba rancangan, 9) Distribusi	<i>Research and Development</i> (R&D) dengan Model ADDIE: 1) <i>Analysis</i> , 2) <i>Design</i> , 3) <i>Development</i> , 4) <i>Implementation</i> , 5) <i>Evaluation</i>
----	---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

7.	Persamaan	Penciptaan lagu dengan tujuan mitigasi bencana (tsunami) dengan bagian tahapan pembuatan lirik lagu, musik, aransemen, dan rekaman.	Menciptakan lagu dan musik, dan video musik dengan unsur cerita melalui tahap pra-prod., produksi, dan pasca-prod. yang disebarluaskan melalui <i>channel</i> YouTube dan Instagram	Menciptakan lagu dan musik dengan tahap <i>vocal recording</i> serta <i>mixing</i> dan <i>mastering</i> , serta video klip yang disebarluaskan melalui <i>channel</i> YouTube	Menciptakan jingle serta video klip yang dipertunjukkan pada masyarakat serta disebarluaskan melalui <i>channel</i> YouTube	Pembuatan media edukasi mitigasi bencana dengan unsur cerita yang disebarluaskan melalui <i>channel</i> YouTube dan Instagram, beserta media pendukungnya	Pembuatan media video pembelajaran mitigasi bencana
8.	Perbedaan	Memiliki target serta hasil luaran yang berbeda	Memiliki isi, tujuan, dan target yang berbeda	Memiliki isi, tujuan, dan target yang berbeda	Memiliki isi, tujuan, dan target yang berbeda	Memiliki isi, target serta hasil karya yang berbeda	Memiliki isi, target serta hasil karya dan luaran yang berbeda

9.	Hasil Karya	Lagu anak berjudul “Jangan Panik” yang terdiri dari 5 bait, serta tersedia dalam bahasa Indonesia dan bahasa Minang	Video musik termasuk lagu berjudul “Hidup Bersih dan Sehat” yang dibuat menggunakan bahasa Indonesia yang dipublikasikan di <i>channel</i> YouTube dan Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Badung	Lagu berjudul, “Indah Pulau Dewata” serta video klipnya yang dipublikasikan di <i>channel</i> YouTube Bali TV	Jingle berjudul “Kota Batu Semangat Berseri” yang terdiri dari 3 bait dan dibuat menggunakan bahasa Indonesia dan instrumen musik khas Sumatera Selatan, serta video klipnya yang dipublikasikan di <i>channel</i> YouTube	Video animasi berjudul “Kenapa Banjir” beserta media pendukungnya, yaitu 1) Kaset DVD, 2) <i>Flashdisk</i> , 3) Kartu Penjelasan, 4) <i>X Banner</i> , 5) <i>Merchandise</i> berupa Mug	Media video pembelajaran berbasis mitigasi bencana
----	--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------

Karya terdahulu pertama berjudul “*Composition of Song Child as Mitigation of Earthquake and Tsunami Disaster on Coastal Areas in Pariaman City and Padang Pariaman District West Sumatra Province*” oleh Sastra Munafri dan Bambang Wijaksana dari Program Studi Seni Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam *Sumatra Journal of Disaster, Geography and Geography Education Volume 1 Number 2: Disaster* pada Desember 2017. Karya tersebut bertujuan untuk mitigasi bencana gempa bumi dan tsunami serta membangun karakter dan mental siswa SD di daerah pesisir pantai Kota Pariaman dan Kabupaten Padang Pariaman Sumatera Barat.

Persamaan antara karya terdahulu pertama dengan karya ini adalah sama-sama menciptakan suatu lagu dengan tujuan mitigasi bencana dengan bagian tahapan pembuatan lirik lagu, musik, aransemen, dan rekaman. Sementara perbedaannya, karya tersebut menghasilkan lagu anak dalam bahasa Indonesia dan bahasa Minang. Sedangkan, karya ini menghasilkan lagu serta jingle (refrein) dalam bahasa Indonesia serta video musiknya untuk disebarluaskan melalui *channel* YouTube dan Instagram.

Karya terdahulu kedua berjudul “Perancangan Video Musik Hidup Bersih dan Sehat sebagai Sarana Kampanye PHBS untuk Anak-Anak di Kabupaten Badung” oleh Ni Wayan Nandaryani, Dewa Gede Purwita, dan Ni Kadek Rena Febriani dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni dan Desain Bali. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam *Jurnal Desain Vol. 10 No. 2.* pada Januari 2023. Karya tersebut bertujuan untuk mengajarkan aktivitas Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) sejak dini kepada anak-anak, khususnya di Kabupaten Badung.

Persamaan antara karya terdahulu kedua dengan karya ini adalah sama-sama menciptakan lagu dan musik, dan video musik dengan unsur cerita yang ditujukan untuk anak-anak serta disebarluaskan melalui *channel* YouTube dan Instagram. Sementara perbedaannya, karya tersebut membahas mengenai aktivitas PHBS, sedangkan karya ini membahas mengenai mitigasi bencana tsunami.

Karya terdahulu ketiga berjudul “Proses Pembuatan Lagu Indah Pulau Dewata untuk Konten YouTube Channel Bali TV” oleh Daniel Jonathan I Putu, Guntur Eko Prasetyo, dan I Komang Darmayuda dari Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam *Melodious: Journal of Music* Vol. 2 No. 1 pada April 2023. Karya tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan menceritakan keindahan Pulau Bali serta mengajak orang-orang untuk melestarikan kebudayaan dan kekayaan yang ada di Pulau Bali.

Persamaan antara karya terdahulu ketiga dengan karya ini adalah sama-sama menciptakan lagu dan musik dengan tahap *vocal recording* serta *mixing* dan *mastering*, serta video klip yang disebarluaskan melalui *channel* YouTube. Sementara perbedaannya, karya tersebut membahas mengenai Pulau Bali, sedangkan karya ini membahas mengenai mitigasi bencana tsunami serta ditujukan untuk anak-anak.

Karya terdahulu keempat berjudul “Pembuatan Jingle Kota Batu Semangat Berseri sebagai Sarana Pemersatu dan Promosi Wisata Desa Kota Batu” oleh Prima Rini Metri Oktavianti, Trisnowati Josiah, Novalia, Farida Juwita, dan Reza Baladi Fahmi. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)* Vol. 4 No. 1 pada April 2023. Karya tersebut bertujuan sebagai sarana pemersatu masyarakat sekaligus media promosi digital bagi objek wisata Desa Kota Batu.

Persamaan antara karya terdahulu keempat dengan karya ini adalah sama-sama menciptakan jingle serta video klip yang dipertunjukkan pada masyarakat serta disebarluaskan melalui *channel* YouTube. Sementara perbedaannya, karya tersebut membahas mengenai Desa Kota Batu, sedangkan karya ini membahas mengenai mitigasi bencana tsunami serta ditujukan untuk anak-anak.

Karya terdahulu kelima berjudul “Perancangan Video Animasi Menghadapi Bencana Banjir untuk Anak Usia 6-8 Tahun” oleh Dani Tri Aditya dan Nanda Nini Anggali dari Program Studi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam Jurnal Desgrafia Vol. 2 No. 1 pada 2024. Karya tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesiapsiagaan anak-anak usia 6-8 tahun terhadap bencana banjir.

Persamaan antara karya terdahulu kelima dengan karya ini adalah sama-sama membuat suatu media edukasi mitigasi bencana dengan unsur cerita yang disebarluaskan melalui *channel* YouTube dan Instagram, beserta media pendukungnya. Sementara perbedaannya, karya tersebut mengedukasi mengenai mitigasi bencana melalui media video animasi. Sedangkan, karya ini melalui media video musik, lagu, dan jingle.

Karya terdahulu keenam atau terakhir berjudul “Pengembangan Media Video Pembelajaran Berbasis Mitigasi Bencana di Kelas V SDN 15 Salolo Kota Palopo” oleh Baiq Santi, Baderiah, dan Taqwa dari Institut Agama Islam Negeri Palopo. Karya tersebut telah dipublikasikan dalam Jurnal Pendidikan Refleksi Vol. 13 No. 2 pada Agustus 2024. Karya tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesiapsiagaan siswa kelas V SDN 15 Salolo Kota Palopo terhadap mitigasi bencana.

Persamaan antara karya terdahulu keenam dengan karya ini adalah sama-sama membuat suatu media video pembelajaran mitigasi bencana. Sementara perbedaannya, karya tersebut mengedukasi mengenai mitigasi bencana melalui media video pembelajaran. Sedangkan karya ini melalui media video musik, lagu, dan jingle, yang disebarluaskan melalui *channel* YouTube dan Instagram.

2.2 Landasan Konsep

Berikut landasan konsep, yaitu sejumlah prinsip yang digunakan sebagai dasar untuk perancangan karya, yang digunakan dalam perancangan karya ini,

2.2.1 *Disaster Mitigation Communication*

Disaster Communication, atau komunikasi bencana, merupakan suatu upaya untuk menyampaikan informasi mengenai bencana, baik sebelum terjadi maupun sesudah terjadi bencana. Dimana bencana sendiri merupakan suatu atau rangkaian peristiwa yang merugikan karena mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat.

Menurut Dufty (2020), *disaster communication* terbagi menjadi dua, yaitu *risk communication* dan *crisis communication*. Dimana, *risk communication*, atau komunikasi risiko, merupakan suatu upaya untuk menyampaikan informasi mengenai potensi kerugian dari bencana sebelum terjadi bencana. Sementara, *crisis communication* atau komunikasi krisis, merupakan upaya untuk menyampaikan informasi mengenai situasi darurat saat dan sesudah terjadi bencana. Sehingga, *disaster communication* dilakukan sesuai dengan waktu atau tahapannya masing-masing, baik sebelum, saat, maupun sesudah terjadi bencana.

Menurut Haddow & Haddow (2014), terdapat *disaster management cycle* atau tahap manajemen bencana, yang terdiri dari 4 tahap, yaitu *mitigation* (mitigasi), *preparedness* (kesiapsiagaan), *response* (respon/tanggap darurat), dan *recovery* (pemulihan). Berikut penjelasan mengenai ke-4 tahapan beserta komunikasi yang dilakukan sesuai dengan tahapannya,

1. *Mitigation*

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, mitigasi merupakan serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana. Maka dari itu, untuk mengurangi risiko bencana termasuk kerugian akibat bencana, dilakukan komunikasi risiko/mitigasi bencana.

Salah satunya melalui penyelenggaraan pendidikan, penyuluhan, dan pelatihan baik secara konvensional maupun modern.

2. *Preparedness*

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, kesiapsiagaan merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengantisipasi bencana melalui pengorganisasian serta melalui langkah yang tepat guna dan berdaya guna. Pada tahap kesiapsiagaan, dilakukan komunikasi untuk mempersiapkan masyarakat dengan sejumlah hal seperti membuat rencana tanggap darurat, mengumpulkan peralatan dan perlengkapan persiapan bencana, sampai melakukan pelatihan dan simulasi bencana.

3. *Response*

Respon, atau tanggap darurat, dalam bencana, berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan segera pada saat terjadi bencana untuk menangani akibat buruk dari bencana, yang meliputi kegiatan penyelamatan dan evakuasi korban dan harta benda, pemenuhan kebutuhan dasar, perlindungan, pengurusan pengungsi, serta pemulihan sarana-prasarana. Pada tahap tanggap darurat, dilakukan komunikasi mengenai informasi peringatan dini, evakuasi, dan laporan selama terjadi bencana, untuk mengurangi kerugian lebih lanjut akibat bencana yang sedang terjadi.

4. *Recovery*

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, pemulihan merupakan serangkaian kegiatan untuk mengembalikan kondisi masyarakat dan lingkungan hidup yang terkena bencana dengan memfungsikan kembali kelembagaan, sarana, dan prasarana melalui upaya rehabilitasi. Pada tahap pemulihan, dilakukan komunikasi untuk membantu pemulihan serta mengurangi kekacauan akibat bencana sampai terdapat solusi permanen.

Selain itu, menurut Haddow & Haddow (2014), juga terdapat 5 pilar dalam komunikasi bencana, yaitu *customer focus*, *leadership commitment*, *inclusion of communication in planning and operations*, *situational awareness* dan *media partnerships*. Berikut penjelasannya,

1. *Customer Focus*

Pilar pertama dalam komunikasi bencana adalah fokus pada pelanggan, dimana dalam komunikasi bencana adalah masyarakat. Pilar ini mengutamakan pentingnya memahami target audiens, terutama kebutuhan serta kapasitasnya. Komunikasi bencana perlu menyampaikan pesan yang dapat dimengerti serta berguna untuk membantu masyarakat menghadapi situasi bencana, yaitu dengan pesan yang akurat dan bijaksana.

2. *Leadership Commitment*

Kedua, komitmen dari pemimpin, yang menjadi panutan dari masyarakat. Seorang pemimpin yang berkomitmen untuk hadir dan terlibat secara aktif dinilai sesuai untuk membuat strategi komunikasi serta berperan menjadi pengirim pesan yang efektif dalam situasi dan komunikasi bencana.

3. *Inclusion of Communication in Planning and Operations*

Ketiga, keterlibatan komunikasi dalam setiap tahapan, terutama dalam tahap perencanaan dan operasi pelaksanaan tanggap darurat untuk memastikan bahwa setiap pesan sampai dengan akurat dan tepat waktu.

4. *Situational Awareness*

Keempat, kesadaran akan situasi, dimana dalam situasi bencana yang mengakibatkan kerugian, komunikasi bencana yang dibutuhkan yaitu berupa pesan yang praktis, efektif, serta transparan tetapi tetap terkendali.

5. *Media Partnership*

Dan kelima atau terakhir, kerja sama dengan media untuk mencapai komunikasi bencana yang lebih luas serta tepat waktu, dimana media mampu menyampaikan pesan yang aktual secara faktual kepada publik secara luas untuk mempercepat penyebaran komunikasi bencana.

2.2.2 Video Musik sebagai Media Edukasi Mitigasi Bencana

Salah satu indikator dari 12 Indikator *Tsunami Ready*, yaitu indikator ke-6, berbunyi “*outreach and public awareness and education resources are available and distributed*”, yang artinya sumber daya penjangkauan, kesadaran publik, dan pendidikan tersedia dan didistribusikan. Adapun, menurut salah satu konten BMKG di Wordpress, sumber daya pendidikan atau edukasi tersebut dapat berupa poster, leaflet, brosur, buku, video, dan lain-lain.

2.2.2.1 Media

Menurut Smaldino et al. (2008) dalam Kristanto (2016), media adalah bentuk jamak dari suatu kata dari bahasa latin, yaitu *medium*, yang berarti antara. Media merupakan segala sesuatu yang dapat menyampaikan informasi antara sumber dengan penerima, yang bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi dan pembelajaran. Terdapat 6 kategori pokok dari media, yaitu teks, audio, tampilan, video, tiruan (objek), dan manusia.

2.2.2.2 Media Pembelajaran

Menurut Kristanto (2016), media pembelajaran terdiri dari dua kata, yaitu “media” dan “pembelajaran”. Dimana, kata media secara harfiah berarti perantara. Sementara, kata pembelajaran berarti suatu keadaan untuk membantu seseorang melakukan status kegiatan belajar. Sehingga, media pembelajaran merupakan segala sesuatu atau sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan (bahan pembelajaran), sehingga dapat merangsang perhatian, pikiran, dan perasaan pelajar dalam kegiatan belajar untuk mencapai tujuan pembelajaran.

2.2.2.3 Video Musik

Menurut Moller (2011), video musik, merupakan suatu film pendek yang memadukan lagu dan citraan yang diproduksi, baik dengan tujuan artistik maupun promosi. Video musik biasanya memiliki durasi yang singkat/pendek, kurang lebih sepanjang durasi lagunya sendiri, sehingga dapat disebut sebagai salah satu bentuk film pendek.

Sehingga, video musik sebagai media edukasi dapat diartikan sebagai suatu film pendek yang memadukan lagu dan citraan, yang diproduksi selain dengan tujuan artistik atau promosi, juga dengan tujuan merangsang perhatian, pikiran, dan perasaan pelajar dalam kegiatan belajar untuk mencapai tujuan pembelajaran. Dimana dalam mitigasi bencana, berarti mencapai tujuan pembelajaran mengenai mitigasi bencana.

Video musik sebagai media audio-visual se-minimal-nya terdiri atas media audio dan media video. Juga dapat terdiri atas media teks apabila ditambahkan teks sebagai keterangan seperti *subtitle*. Dengan menggunakan media video sebagai media edukasi, para pelajar dapat mengulangi video untuk menambah kejelasan apabila diperlukan, serta mempelajari hal-hal yang bersifat abstrak dengan lebih jelas melalui gambaran video yang nyata dan lebih realistis (Kristanto, 2016). Serta, dengan menggunakan lagu sebagai media audio untuk edukasi atau menghafal suatu materi pembelajaran, para pelajar akan merasa bahwa proses pembelajaran lebih menyenangkan serta materi pembelajaran menjadi lebih mudah untuk dipahami (Ilmi et al., 2021).

Selain itu, menurut Munafri & Wijaksana (2017) dalam “*Composition of Song Child as Mitigation of Earthquake and Tsunami Disaster on Coastal Areas in Pariaman City and Padang Pariaman District West Sumatra Province*”, lagu mitigasi bencana, khususnya untuk anak-anak, selain sebagai suatu media untuk sosialisasi atau penyuluhan mengenai mitigasi bencana, juga menjadi harapan dan semangat yang mampu menenangkan masyarakat dalam menghadapi potensi bencana yang dapat terjadi kapan saja.

Sehingga, video musik sebagai media edukasi mitigasi bencana diharapkan dapat menjadi suatu film pendek yang memadukan lagu yang menyenangkan dan gambaran yang jelas mengenai mitigasi bencana, yang dapat disaksikan secara berulang, untuk merangsang fokus anak-anak, baik dari aspek audio maupun visual, untuk mencapai tujuan pembelajaran serta menjadi semangat masyarakat dalam mitigasi bencana.

Sebagai tambahan, menurut Turino dan Budiyanto (2021), musik memiliki sejumlah karakteristik, yaitu: mengembangkan musikalitas dan imajinasi secara luas; mengembangkan rasa kemanusiaan, toleransi, dan menghargai perbedaan, serta; mengembangkan karakter/kepribadian manusia secara utuh. Dimana melalui musik, manusia diajak untuk berpikir dan bekerja secara artistik-estetik, memiliki daya apresiasi, menerima perbedaan, menghargai kebhinekaan global, sejahtera secara utuh, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia (diri sendiri dan orang lain) juga pada pengembangan pribadi setiap orang dalam proses pembelajaran yang berkesinambungan (terus menerus) (Turino & Budiyanto, 2021). Sehingga, musik yang mampu mempengaruhi diri sendiri dan orang lain dapat dikatakan memiliki kekuatan untuk membangun kolektivitas, dan dapat dijadikan sebagai suatu media komunikasi dan edukasi. Serta kekuatan musik yang mampu mengembangkan rasa kemanusiaan membuatnya cocok dijadikan sebagai media komunikasi bencana atau edukasi mitigasi bencana.

United Nations Office for Disaster Risk Reduction (UNDRR) juga menyatakan bahwa lagu dan musik merupakan alat komunikasi yang ampuh untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mencegah dan mengurangi risiko bencana. Oleh karena itu, UNDRR, menyelenggarakan kontes musik “Sing for Resilience” untuk memperingati Hari Internasional Pengurangan Risiko Bencana tahun 2022 (UNDRR, 2022). Dan sebagai contoh konkret, adalah lagu "We Are the World 25 for Haiti", yang merupakan *remake* dari lagu klasik tahun 1985 yang direkam oleh sekelompok artis untuk menggalang dana bagi para korban gempa bumi di Haiti tahun 2010.

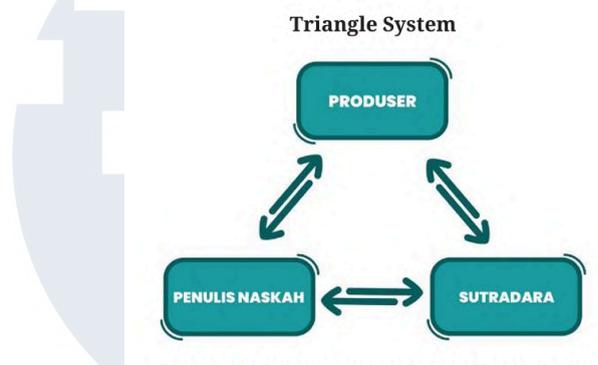
Sehingga, sebagai kesimpulan, musik dilengkapi dengan video musik sebagai suatu media edukasi mitigasi bencana diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat, melainkan juga menjadi alat humanis yang dapat membentuk sikap dan perilaku masyarakat.

2.2.3 Proses Produksi dalam Perfilman

Menurut Pamungkas dan Setiawan (2023), terdapat berbagai dasar-dasar dalam perfilman, yang dalam penjelasan ini, akan diurutkan berdasarkan tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Berikut penjelasannya,

2.2.3.1 Pra-Produksi

Pra-produksi merupakan tahapan awal dalam proses produksi film, yang meliputi pembuatan ide, perancangan karya, dan persiapan produksi.



Gambar 2.1 *Triangle System* dalam Produksi Film
Sumber: Pamungkas dan Setiawan (2023)

Tahap pra-produksi berawal dari *triangle system*, yang merupakan suatu sistem kerja yang melibatkan tiga divisi dalam perfilman, yaitu:

1. **Produser**, seseorang yang bertanggung jawab untuk mengelola proses produksi serta kreatif film dari awal hingga akhir, mulai dari ide, riset, pengembangan cerita, pencarian dana, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, promosi, distribusi, hingga ekshibisi. Produser juga bertanggung jawab untuk membuat tim produksi, serta rancangan masa kerja dan anggaran produksi.
2. **Penulis Naskah**, yang bertugas untuk mengembangkan ide menjadi suatu cerita kreatif, dan menuliskan naskahnya, yang juga disebut sebagai *blueprint* dari suatu karya audio visual.
3. **Sutradara**, yang bertanggung jawab untuk mengarahkan urusan kreatif serta teknis artistik dan operasional tim penyutradaraan beserta pemeran, dan bertanggung jawab terhadap hasil akhir film.



Gambar 2.2 7 Divisi Inti dalam Organisasi Produksi Film
Sumber: Pamungkas dan Setiawan (2023)

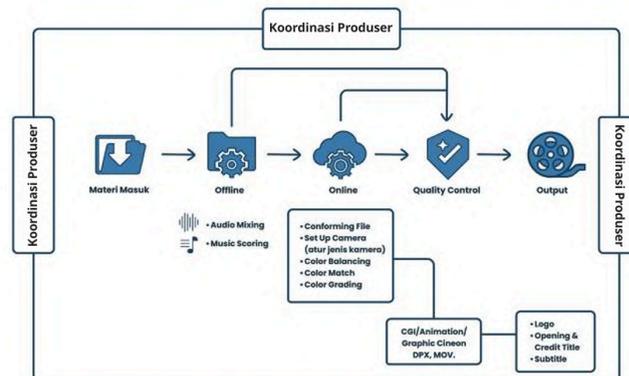
Selanjutnya, dari *triangle system*, juga terdapat organisasi produksi yang terdiri dari 7 divisi inti, dengan empat divisi lainnya, yaitu penata/divisi kamera (dan pencahayaan), penata/divisi artistik (tata rias, busana, properti), penata/divisi suara, dan *editor/divisi editing*. Pada tahap pra-produksi, organisasi produksi berkoordinasi melalui rapat, yang disebut dengan *Pre-Production Meeting* (PPM), dan rapat terakhir, yaitu *Final Pre-Production Meeting* (FPPM). Dimana pada FPPM, disampaikan finalisasi persiapan produksi, mulai dari rencana lokasi, akomodasi, transportasi, konsumsi, peralatan, dan lain-lain.

2.2.3.2 Produksi

Produksi merupakan tahap eksekusi pengambilan gambar serta suara, atau syuting, yang juga merupakan implementasi dari seluruh rancangan yang sudah dibuat pada tahap pra-produksi. Pada tahap produksi, diperlukan koordinasi, baik antara tim produksi secara internal maupun dengan berbagai pihak eksternal, seperti pemilik lokasi, pemilik rental peralatan kerja, dan lain-lain. Adapun, peralatan kerja yang dibutuhkan terdiri dari kamera, lensa, kaki kamera, aksesoris gerak kamera, lampu, alat pendukung lampu (untuk divisi penata kamera), dan *audio recorder* (untuk divisi tata suara). Sehingga, tim produksi juga perlu memperhatikan Keselamatan, Kesehatan Kerja, dan Lingkungan Hidup (K3LH), yang terdiri dari keselamatan pekerja, peralatan kerja, lingkungan kerja, dan hasil kerja.

2.2.3.3 Pasca-Produksi

Pasca-produksi merupakan tahap akhir penyuntingan gambar serta suara dari hasil syuting, yang meliputi *offline editing* dan *online editing*, disertai dengan *quality control*, hingga *output* berupa hasil akhir filmnya jadi.



Gambar 2.3 Alur Kerja pada Tahap Pasca-Produksi Film
Sumber: Pamungkas dan Setiawan (2023)

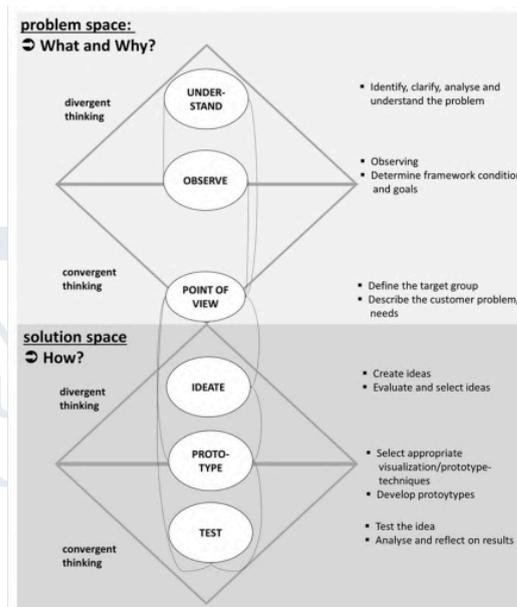
Offline editing merupakan proses penyusunan video dengan *draft* potongan kasar sesuai struktur cerita. Sementara, *online editing* merupakan proses *editing* lanjutan yang meliputi pewarnaan video (*color grading*), *audio mixing* (dialog, musik, efek suara) hingga efek visual. Setelah tahap *offline* ataupun *online editing*, dilakukan *quality control* oleh sutradara sebagai yang bertanggung jawab terhadap hasil akhir film. Serta, selama tahap pasca-produksi, juga dilakukan koordinasi dengan produser.

Pada tahap pasca-produksi, juga dilakukan promosi, distribusi, dan exhibisi hasil karya film. Adapun, contoh media promosi, yaitu *teaser* dan *Behind The Scene* (BTS) yang menggambarkan proses dokumentasi kreatif tim produksi pada proses produksi film. Selain itu, juga perlu dilakukan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk menghindari plagiarisme karya.

2.2.4 Design Thinking

Design Thinking merupakan suatu konsep inovasi yang berorientasi pada pelanggan yang bertujuan untuk menghasilkan suatu ide atau model bisnis kreatif baik produk maupun jasa secara keseluruhan (Mueller-Roterberg, 2018) Menurut Robert (2013), terdapat 3P dalam *design thinking*, yaitu: *People*, atau *human*, yaitu manusia, yang berperan sebagai pelanggan, *Process*, yaitu proses penyelesaian masalah, dan *Place*, yaitu ruang kerja. Sementara menurut Mueller-Roterberg (2018), terdapat 4P dengan P ke-4, yaitu *Partnerships*, yang merekomendasikan keterlibatan dari berbagai mitra dalam proses pengembangan dan implementasi ide, untuk bertukar pikiran.

Menurut Plattner et al. (2009) dalam Mueller-Roterberg (2018), terdapat 6 tahap *design thinking*, yaitu *understanding*, *observing*, *defining problems*, *finding ideas*, *developing prototypes*, dan *testing*. Dimana 6 tahap tersebut, menurut Lindberg et al. (2010) dalam Mueller-Roterberg (2018), dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *problem space*, atau fase analisis masalah yang terdiri dari 3 tahap pertama, dan *solution space*, atau fase pembuatan solusi yang terdiri dari 3 tahap terakhir.



Gambar 2.4 6 Tahap *Design Thinking*

Sumber: Mueller-Roterberg (2018)

Berikut 6 tahap *design thinking* menurut Mueller-Roterberg (2018),

1. ***Understand***, atau *Understanding the Problem*

Tahap pertama dalam *design thinking* adalah memahami masalah pelanggan terlebih dahulu. *Design thinking* berorientasi pada *people*, atau *human-centered*, serta mengutamakan empati dalam memahami masalah dengan memposisikan diri sebagai pelanggan/pengguna.

2. ***Observe***

Untuk memahami masalah pelanggan, seorang inovator perlu melakukan observasi secara langsung di lapangan serta penelitian secara rinci dengan menggunakan berbagai metode, seperti wawancara, survei tertulis, dan dokumentasi foto dan/atau video. Hasilnya adalah keadaan pelanggan, baik definisi pasti kelompok sasaran dan pemahaman menyeluruh mengenai kebutuhan pelanggan.

3. ***Point of View***, atau *Define the Problem*

Pada tahap terakhir bagian masalah, sang inovator perlu mendefinisikan masalah berdasarkan satu prototipe pelanggan.

4. ***Ideate***, atau *Finding and Selecting Ideas*

Pada tahap pertama bagian solusi, sang inovator pertama-tama perlu melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan berbagai ide kreatif. Selanjutnya, ide-ide kreatif tersebut perlu dianalisis dan evaluasi dengan menggunakan metode yang berorientasi pada pelanggan.

5. ***Prototype***, atau *Develop the Prototype*

Pada tahap *prototype*, ide-ide kreatif yang sudah dihasilkan perlu divisualisasikan dalam wujud rancangan, model, sketsa, simulasi, atau dibuat secara nyata. Pepatah saat membuat suatu *prototype*, “sesederhana mungkin serta bermakna seperlunya”.

6. ***Test***

Dan pada tahap terakhir, ide-ide kreatif perlu diuji dan mendapatkan umpan balik dari para pelanggan untuk dikembangkan lebih lanjut atau diimplementasikan apabila sudah sesuai.