

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, data, atau informasi kepada khalayak. Media ini mencakup berbagai bentuk seperti cetak, elektronik, dan digital, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan, menginformasikan, atau mempengaruhi audiens. Kehadiran media informasi juga berperan penting dalam membentuk pendapat masyarakat, interaksi sosial, dan jembatan komunikasi antara yang berwenang dengan masyarakat (Sobur, 2006).



Gambar 2. 1 Jenis-Jenis Media Informasi
Sumber: <https://www.scribd.com/document/516928998/Alat-komunikasi-modern>

Jenis-jenis media informasi harus sesuai dengan tujuan penyampaiannya agar efektif dan bermanfaat dalam mencapai target audiensnya. Oleh karena itu, media informasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok antara lain seperti yang sudah disebutkan sebelumnya yakni;

1. Media Cetak: Termasuk surat kabar, majalah, buku, pamflet, brosur, dan poster yang menggunakan cetakan kertas untuk menyampaikan informasi.
2. Media Elektronik: Meliputi televisi, radio, musik, dan film yang menggunakan sinyal elektronik untuk menyebarkan informasi secara audio dan juga visual.

3. Media Digital: Seperti situs web, blog, media sosial, podcast, dan aplikasi yang menyampaikan informasi secara digital melalui internet.

2.1.1 Transformasi Media Digital

Transformasi informasi menciptakan kemungkinan dan peluang baru untuk masyarakat berpartisipasi lebih aktif dalam membentuk dan memperluas akses informasi secara global. Dengan begitu, informasi dapat diakses secara luas dari berbagai sumber digital, hal ini memungkinkan khalayak mendapatkan komunikasi dua arah dari informasi yang mereka dapatkan. Untuk mendukung hal tersebut, media digital muncul dengan tujuan memfasilitasi berbagai format komunikasi baru seperti konten multimedia, *podcast*, dan pengalaman virtual lainnya yang lebih menarik bagi audiens, khususnya audiens muda (Hasan et al, 2023, h. 48).

Paradigma Media Baru



Gambar 2. 2 Transformasi Media Digital

Sumber: [https://www.indonesiadaily.co.id/pariwara/72015522692/...](https://www.indonesiadaily.co.id/pariwara/72015522692/)

Dalam pelaksanaannya transformasi informasi pada media digital membawa perubahan besar terhadap penyampaian dan konsumsi informasi kepada khalayak ramai. Hal ini didukung oleh era digital yang memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat, sehingga keterbatasan pertukaran informasi bukan lagi suatu masalah dalam berkomunikasi satu sama lain. Media penyebaran juga sudah mudah diakses karena informasi langsung disuguhkan kepada masyarakat melalui perangkat digital yang ada pada seluler yang dimiliki individu, sehingga masyarakat tidak lagi perlu mengandalkan media konvensional seperti koran, radio, dan televisi untuk mendapatkan informasi.

2.1.1.1 Media Digital Terhadap Komunikasi Massa

Media digital saat ini sudah mengubah sudut pandang komunikasi massa secara fundamental di kalangan masyarakat. Dimana mereka tidak perlu lagi bersusah payah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Digitalisasi ini terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan hidup manusia dalam interaksi sosial dan konsumsi informasi. Hal ini berpengaruh dalam membangun bentuk komunikasi sehat yang lebih dinamis dan partisipatif (Hasan et al, 2023, h. 44–45).

Dengan kecepatan penyebaran informasi yang ada, memungkinkan audiens untuk lebih aktif dalam proses komunikasi. Baik dalam menerima informasi atau sebagai pembuat konten informasi. Tetapi di lapangan, media digital juga dapat menimbulkan tantangan seperti polarisasi informasi, hoax, dan isu negatif lainnya. Oleh karena itu sebagai audiens kita dituntut menggunakan media digital dengan bijaksana agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain. Dimana kita harus dapat memilah informasi yang beredar di media digital. Kita juga memerlukan kesadaran akan literasi digital agar memiliki kemampuan untuk berpikir kritis. Kemampuan tersebutlah yang dapat menciptakan lingkungan komunikasi massa pada media digital yang sehat dan bertanggung jawab.

2.1.1.2 Komunikasi Budaya di Media Digital

Komunikasi budaya di media digital merupakan proses pertukaran pesan antar individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda melalui platform digital, yang tidak hanya mencakup komunikasi verbal tetapi juga ekspresi nonverbal, simbolik, serta penggunaan berbagai elemen visual yang dipengaruhi budaya. Fungsi utama komunikasi ini adalah membangun hubungan sosial lintas budaya, menjembatani perbedaan nilai, serta mencegah konflik yang berpotensi muncul akibat miskomunikasi, sekaligus memperkuat kolaborasi global melalui pemanfaatan teknologi digital seperti media

sosial, email, *video call*, hingga platform berbagi konten. Dalam praktiknya, komunikasi antar budaya di media digital berlangsung melalui proses pengkodean pesan, pemilihan saluran, pengiriman pesan, dekode oleh komunikan, serta umpan balik, di mana keberhasilan setiap tahap sangat dipengaruhi oleh konteks budaya yang menyertainya (Margareta, 2025).

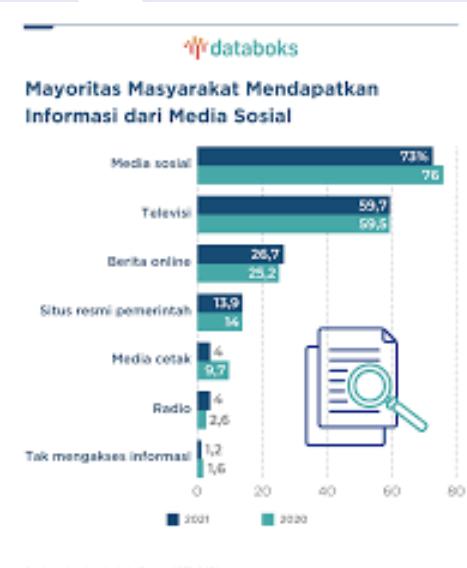


Gambar 2. 3 Digitalisasi Budaya
Sumber: <https://www.antaranews.com/berita/3240073/akademisi...>

Namun, komunikasi budaya di ruang digital juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kesalahpahaman makna simbol karena perbedaan latar belakang, stereotip dan prasangka yang terbawa ke interaksi daring, serta kesenjangan literasi digital di antara kelompok masyarakat. Generasi Z yang tumbuh sebagai digital natives menjadikan media digital sebagai ruang utama berinteraksi, sehingga strategi komunikasi budaya harus mampu menyesuaikan diri dengan pola konsumsi informasi generasi ini yang lebih visual, cepat, dan interaktif. Oleh karena itu, media digital dapat berfungsi sebagai sarana efektif untuk memperkenalkan kembali kearifan lokal, termasuk tokoh Punakawan, dengan konten kreatif yang relevan dengan gaya komunikasi lintas budaya di era globalisasi.

2.1.2 Media Informasi di Media Sosial

Media sosial adalah media baru yang berkembang pesat dengan perannya yang penting dalam penyebaran informasi dunia maya. Penggunanya dapat menemukan segala macam informasi yang melimpah dan bervariatif dengan waktu yang cepat. Oleh sebab itu kini media sosial diandalkan berbagai macam media untuk mempublikasikan informasi yang mereka miliki agar terjangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan (Damayanti et al, 2023, h. 180–183).



Gambar 2. 4 Media Sosial sebagai Sumber Informasi
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri...>

Karena kemudahan aksesnya semua kalangan dapat mengakses informasi terbaru, mulai dari berita, konten edukatif dan konten hiburan. Teknologi ini yang membuktikan bahwa media informasi yang ada pada media digital sangat relevan dan *up-to-date* dalam membentuk pemikiran dan pendapat publik secara efektif. Sebab adanya *feedback* dan interaksi dua arah yang dapat terjadi dalam waktu nyata pada saat yang bersamaan walau jaraknya berjauhan satu sama lain.

2.1.2.1 Media Sosial untuk Generasi Muda

Seperti yang sering kita dengar bahwa anak muda saat ini sangat tidak bisa dipisah dari media sosial. Disamping dari banyaknya dampak negatif yang diberikan media sosial, tidak sedikit pula anak muda menggunakan media sosial untuk menambah wawasan dan berdialektika sebagaimana fungsi media sosial seharusnya. Tom Lembong berbicara dalam podcast Endgame with Gita Wirjawan, bahwasannya generasi muda Indonesia saat ini adalah generasi paling cerdas dalam sejarah Republik. Karena terlepas dari pendidikan yang ditempuh, mereka sudah mengonsumsi dan terpapar konten global sejak dulu (Wirjawan, 2025, 26:26–32:16).

Paparan yang dikonsumsi oleh generasi muda juga beragam mulai dari konten intelektual sampai hiburan. Hal tersebut membuktikan anak muda menjadikan media sosial layaknya ruang sosial terbuka pada umumnya. Media sosial memunculkan banyaknya forum komunitas dan paguyuban publik yang menyatukan individu dengan suatu tujuan yang sama. Melalui forum tersebut, media sosial dapat berdampak pada kebenaran dan kepercayaan yang berpengaruh pada generasi muda.

2.1.2.2 Reinterpretasi Visual Sebagai Strategi Komunikasi Budaya Kontemporer untuk Generasi Muda

Reinterpretasi visual berfungsi untuk mentransformasikan bentuk, narasi, dan simbol budaya tradisional ke dalam bahasa visual kontemporer agar dapat dipahami dan diapresiasi oleh generasi muda tanpa menghilangkan esensi nilai budayanya (Putri et al, 2025, h. 212–217). Bentuk pendekatan dalam konservasi budaya beraneka ragam, salah satunya melalui reinterpretasi budaya yang dilakukan dalam konteks komunikasi visual agar dapat dipahami dan juga diapresiasi lebih dalam khususnya generasi muda tanpa menghilangkan esensi tokoh aslinya.

Konservasi budaya dalam konteks desain komunikasi visual dengan reinterpretasi ini dapat dilakukan dengan mengubah dan memperbarui narasi dan visual dari bentuk tradisional menjadi bentuk yang lebih modern. Hal ini memungkinkan warisan budaya khususnya wayang agar tetap relevan dan menarik untuk generasi muda khususnya Generasi Z. Selain itu kegiatan ini juga memperkuat identitas budaya dengan simbolisme modern yang diintegrasikan dengan karya seni dan desain visual terlebih kemunculannya di media sosial.

2.1.2.3 Media Sosial sebagai platform Edukasi Isu Budaya

Media sosial merupakan platform yang efektif dalam menyebar dan memperdalam pengetahuan mengenai isu sosial budaya. Melalui berbagai macam aplikasi digital yang tersedia, audiens dapat mengakses konten-konten edukatif yang membahas berbagai aspek budaya, sejarah dan isu sosial dengan format yang beragam dan interaktif. Fitur yang tersedia pada media digital elektronik seperti AI dan SEO juga mempermudah pengguna dalam mendapatkan informasi melalui hashtag dan deskripsi tekstual yang disematkan pada konten lebih mudah untuk dicari, terutama para generasi muda yang senang dengan format konten audio visual (Firamadhina et al, 2020, h. 201).



Gambar 2. 5 Budaya di Media Sosial

Sumber: <https://www.kompasiana.com/bungahumayra058489...>

Dengan begitu, media sosial bukan sekadar alat komunikasi saja tapi juga sebagai sarana edukasi masyarakat dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran akan pemahaman keberagaman budaya dan isu sosial yang sedang terjadi. Masyarakat dapat memberikan pendapatnya dan berdiskusi secara langsung terhadap konten yang ada, guna membangun pemahaman yang inklusif dan kolaboratif akan pengalaman dan pengetahuan mereka. Platform ini juga dapat membentuk ruang publik secara virtual yang dinamis, dimana gagasan informasi yang dimiliki setiap individu dapat diutarakan secara bebas.

2.1.2.4 Audio Visual dalam Desain Komunikasi Visual

Dalam lingkup DKV yang sangat luas, audio visual merupakan salah satu cabang yang ada di dalamnya. Audio visual merupakan kombinasi dua jenis media yaitu suara dan visual gambar bergerak. Jika kedua media tersebut digabungkan menjadi audio visual dapat meningkatkan pengertian, presepsi, memperkuat konten yang ingin disampaikan kepada khalayak. Dengan sifat audio visual tersebut, penggunaannya lebih efektif dan menarik dalam menyampaikan pesan karena merangsang dua indera sekaligus (indera pengelihatan dan pendengaran), karena dapat meningkatkan ingatan, pemahaman dan keterlibatan audiens (Mulyono et al, n.d, h. 1–2).

Dalam DKV peran audio visual sangat krusial dalam menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dalam berbagai media yang mampu menghasilkan karya yang komunikatif dan informatif. Dalam konteks media komunikasi visual yang mengomunikasikan ide dengan tampilan visual untuk menyampaikan informasi, audio visual termasuk dalam desain multimedia. Menurut Nurhakim As'ad Wicaksono dalam pemaparan materinya di MSIB Kampus Merdeka Batch 6 dengan BISA AI Academy, Multimedia sendiri merujuk pada hal-hal bervariasi dan banyak, yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Multimedia juga dapat diketahui sebagai media baru yang

diciptakan dalam sifat yang dinamis dan interaktif dengan menggabungkan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar bergerak.

Perkembangan media komunikasi dengan desain multimedia seperti audio visual ini sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, terlebih dalam konteks edukasi. Ilmu pengetahuan teknologi yang meluas, khususnya dalam pendidikan mempengaruhi media yang dijadikan sumber informasi pembelajaran. Penggunaan media audio visual menjadi sangat populer, terlebih dengan pengaruh media sosial yang kini lebih terpapar oleh media audio visual ini. Seperti penelitian yang dilakukan Power et al, menunjukkan bahwa audio visual meningkatkan keterlibatan dan refleksi audiens terhadap nilai-nilai tertentu dalam kehidupan. Dimana manusia secara naluriah memiliki kemampuan semiosis dalam menafsirkan sebuah tanda. Stimulus audio visual ini mencakup beberapa aspek, seperti lagu, intonasi, gambar bergerak dan lain sebagainya. Pada akhirnya, audio visual merupakan satu kesatuan yang dapat membuat individu menciptakan persepsi terhadap objek (Rahma et al, 2020, h. 57).

2.1.2.5 Audio Visual dan Efektivitasnya

Media audio visual menjadi salah satu inovasi yang efektif dalam menyebarkan informasi edukatif kepada generasi muda. Media ini memanfaatkan kombinasi antara gambar, video, animasi, dan audio untuk menyampaikan materi. Penggunaannya dalam mengedukasi dapat merangsang indera penglihatan, dan pendengaran disaat yang bersamaan, oleh sebab itu proses pemahaman menjadi lebih menarik dan relevan dengan karakteristik generasi muda (Serungke et al, 2023, h. 3504).

Dengan begitu, seperti yang dikatakan Edgar Dale dalam bukunya yang berjudul “Dales Cone of Experiences” (1969), penggunaan audio visual untuk mengedukasi audiens bukan hanya menarik dan memotivasi tapi juga dapat mempercepat proses dalam memahami materi yang sulit atau tidak sering dibahas (Silahuddin, 2022, h. 162–167). Visualisasi yang menarik dan audio yang jelas, memungkinkan audiens untuk lebih mudah mengingat pesan yang disampaikan. Media ini juga mendukung keberagaman proses penerimaan pesan setiap individu yang berbeda, terutama bagi individu yang lebih visual dan auditori. Sehingga integrasi media ini harus dilakukan dengan strategis dan berkelanjutan agar lebih optimal.

2.1.3 Visual

Visual menjadi salah satu elemen penting dalam proses penyampaian informasi dan komunikasi. Pada era digital ini semua bergantung pada visual khususnya media digital untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara cepat dengan membangkitkan respons emosional audiens. Pembangkitan emosional ini merupakan strategi jitu yang efektif untuk berkomunikasi. Oleh sebab itu dalam konteks ini visual tidak hanya berguna sebagai estetika semata tetapi juga alat penting yang dapat mengartikulasikan makna dan memastikan informasi diterima dan dipahami secara efisien oleh audiens dengan menggugah emosi mereka. Sehingga audiens yang melihat konten secara tidak langsung dibentuk untuk berempati dan berpikir, terlebih dengan penciptaan konten dengan kesan pertama yang kuat (Damayanti et al, 2023, h. 187).

Dengan demikian digunakan visual seperti berikut dalam perancangan *music video* untuk memperkenalkan tokoh Punakawan dengan bentuk media yang lebih inovatif, menarik, dan relevan dengan tren dan preferensi audiens masa kini

2.1.3.1 Videografi

Videografi menurut jurnal yang diunggah oleh KEMENDIKTISAINTEK merupakan seni juga teknik yang menciptakan video dengan nilai komunikatif dan estetis. Pembuatannya melibatkan kamera, pencahayaan, *editing*, juga audio guna menghasilkan karya visual yang dapat mempengaruhi emosional dan pemahaman informasi para audiens. Selain itu, videografi juga menuntut kreativitas dalam penyusunan narasi dan ritme gambar agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara mendalam dan meninggalkan kesan pada penonton.

Dalam penggerjaanya disiplin ini mencakup beberapa elemen dasar yang membentuk kesatuan antara komunikasi dan visual (Daffariel et al, 2025, h. 3), yaitu:

1. Konteks Video: Konteks atau informasi yang disampaikan harus dirancang sejelas dan se informatif mungkin agar tidak menimbulkan penafsiran yang keliru di mata audiens. Lebih dari sekadar isi pesan, kehadiran konteks turut menjadi penentu dalam memahami apakah suatu konten bersifat autentik atau justru mengarah pada kebohongan dan tindakan manipulatif. Oleh karena itu, setiap penyampaian informasi perlu mempertimbangkan keutuhan pesan, latar belakang, serta tujuan komunikatif agar tidak menyesatkan dan tetap dapat dipertanggungjawabkan.

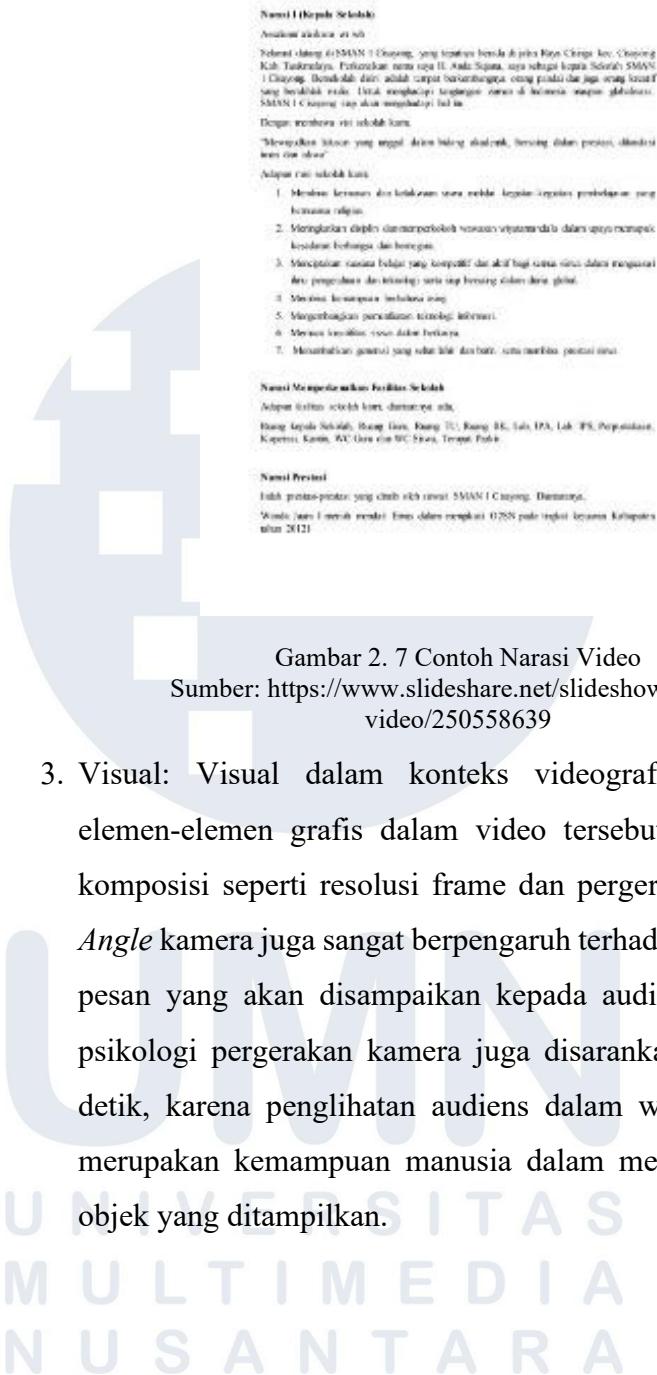


Gambar 2. 6 Dampak Informasi Tanpa Konteks

Sumber:

https://www.instagram.com/p/DNxqvAjUgnA/?img_index=2

2. Narasi: Dalam videografi yang merupakan gambar bergerak merupakan media yang disukung oleh penceritaan dan juga suara. Sebagaimana tujuan dari produksi videografi yang merupakan visual menarik dan nyaman untuk para audiens menerima informasi, narasi dalam video merupakan hal yang penting. Mulai dari penceritaan, karakterisasi, juga pesan yang ingin disampaikan sangat penting untuk diperhatikan agar audiens memiliki koneksi emosional mendalam dengan video yang dibuat, dan informasi dapat diterima dengan baik oleh para audiens.



Gambar 2. 7 Contoh Narasi Video

Sumber: <https://www.slideshare.net/slideshow/narasi-video/250558639>

3. Visual: Visual dalam konteks videografi merupakan elemen-elemen grafis dalam video tersebut. Mulai dari komposisi seperti resolusi frame dan pergerakan kamera. *Angle* kamera juga sangat berpengaruh terhadap makna dan pesan yang akan disampaikan kepada audiens. Menurut psikologi pergerakan kamera juga disarankan minimal 3 detik, karena penglihatan audiens dalam waktu tersebut merupakan kemampuan manusia dalam mengidentifikasi objek yang ditampilkan.



Gambar 2. 8 Visual dalam Videografi
Sumber: <https://blog.cakap.com/videografi/>

4. Audio: Selain melalui visual, dalam menjelaskan informasi, suara merupakan hal yang krusial. Kejelasan suara dalam video penting karena menjaga keseimbangan informasi. Kualitas suara yang konsisten juga berfungsi agar audiens nyaman mendengar dan memahami visual dalam video.



Gambar 2. 9 Audio dalam Videografi
Sumber: <https://kpi.ipmafa.ac.id/2023/01/mengenal-proses-audio-post-production.html>

5. Editing: Proses ini merupakan bagian terakhir, karena dalam *editing* semua aset yang sudah dibuat. Mulai dari *footage*, suara dan visual lainnya digabungkan menjadi satu dalam software atau aplikasi *editing*. Penggabungan yang dimaksud juga termasuk dalam pengelompokan, pemotongan dan penyesuaian warna, juga suara.



Gambar 2. 10 *Editing* dalam Videografi
Sumber: <https://eps-production.com/mengenal-perbedaan-editing>

Selain elemen videografi terdapat pula prinsip dasar, yang merupakan aspek dasar dari videografi yang akan dibuat (KEMENDIKTISAINTEK, n.d). Prinsipnya antara lain;

1. Komposisi: Komposisi dalam videografi digunakan sebagai pengatur visual dalam frame yang dapat menciptakan gambar estetis yang akan menyampaikan pesan jelas untuk para audiens. Komposisi mengarahkan pengelihatan penonton agar tertarik pada subjek yang ingin disampaikan. Komposisi dalam videografi antara lain:
 - a) *Rule of Thirds*: Berfungsi sebagai pemisah frame untuk membagi menjadi Sembilan bagian. Untuk menciptakan visual yang dapat menarik perhatian audiens. Penempatan subjek pada komposisi ini menciptakan keseimbangan visual yang dinamis.



Gambar 2. 11 *Rule of Third*

Sumber: <https://www.mediahanjar.com/2022/10/blog-post.html>

- b) *Leading lines*: Garis-garis dalam frame yang dapat mengarahkan pandangan audiens kepada subjek utama video. Fungsinya agar menciptakan kedalaman pemahaman para audiens juga mengarahkan titik fokus yang ingin dijadikan poin utama. Contoh garis ini seperti jalan, lampu pencahayaan, atau pagar.

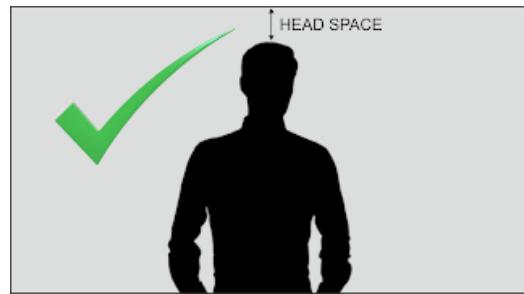


Gambar 2. 12 *Leading lines*

Sumber:

<https://www.nicholasgooddenphotography.co.uk/london>

- c) *Framing*: Seperti namanya, *framing* merupakan pembingkaian subjek menggunakan elemen yang ada di sekitar. Selain menggunakan benda, pembingkaian ini dalam menggunakan subjek dalam video tersebut. Contohnya jendela, pohon atau bahkan manusia yang dapat membentuk bingkai secara alami.



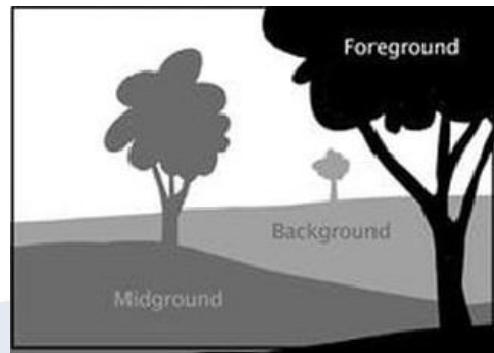
Gambar 2. 13 *Framing Subjek*
Sumber: <https://www.mediahanjar.com/2022/10/blog-post.html>

- d) *Symmetry dan Patterns:* Pola merupakan hal penting yang ada dalam komposisi untuk menciptakan keseimbangan visual yang memikat. Pola simetri yang digunakan dengan baik berguna untuk menarik perhatian dan keteraturan dalam mengarahkan pandangan audiens. Nantinya, audiens akan jauh lebih mudah menangkap informasi dan makna yang ingin disampaikan.



Gambar 2. 14 *Symmetry and Patterns*
Sumber:
<https://youtu.be/3pLKYt91qOw?si=YmkaJq4kTEnb78wc>

- e) *Depth:* Kedalaman dalam frame dengan menggunakan elemen variasi jarak dari kamera. Teknik-teknik yang ada seperti *foreground*, *middle ground*, juga *background*. Prinsip ini dapat membantu menghasilkan kedalaman dan memperkaya visual.



Gambar 2. 15 *Depth*

Sumber: <https://www.mediahanjar.com/2022/10/blog-post.html>

- f) *Negative space*: Ruang kosong yang diperhatikan di sekitar subjek utama berfungsi untuk memberikan keseimbangan dan ruang perasaan dalam komposisi. Ruang ini juga dapat digunakan untuk menjadikan subjek sebagai poin utama. Meninggalkan ruang kosong dapat memberikan ruang bernapas atau istirahat juga dalam framing bagi elemen yang ada.



Gambar 2. 16 *Negative Space*

Sumber: <https://www.mediahanjar.com/2022/10/blog-post.html>

- g) *Balance*: Keseimbangan menciptakan visual yang dinamis di seluruh *frame*. Karena banyaknya elemen yang masuk dalam *frame*, keseimbangan ini berfungsi untuk menyeimbangkan berat elemen tersebut. Keseimbangan dapat diperoleh dengan penggunaan warna, bentuk, tekstur dan aspek

lainnya yang dapat melengkapi dan saling mendukung satu sama lain.



Gambar 2. 17 *Balance* dalam Videografi
Sumber: <https://titikfokuskamera.com/balance-dalam-fotografi/>

- h) Warna dan kontras: Warna dan kontras merupakan elemen berbeda yang digunakan untuk menyorot subjek utama. Selain untuk menyorot subjek, warna dan kontras juga dapat menciptakan perasaan emosional secara *artistic* yang dapat mendukung narasi dan *script* video. Kontras juga berguna sebagai pemisah latar yang dapat menciptakan beragam suasana dalam video.



Gambar 2. 18 *Color Grading* dalam Videografi
Sumber: <https://www.kataorangproject.com/color-grading/>

- i) *Rule of Odds*: Jumlah ganjil dapat digunakan karena dapat menghasilkan komposisi menarik secara visual. Penempatan subjek dalam jumlah ganjil ini menciptakan ketidakseimbangan yang menambah dinamika dalam visual video. Audiens

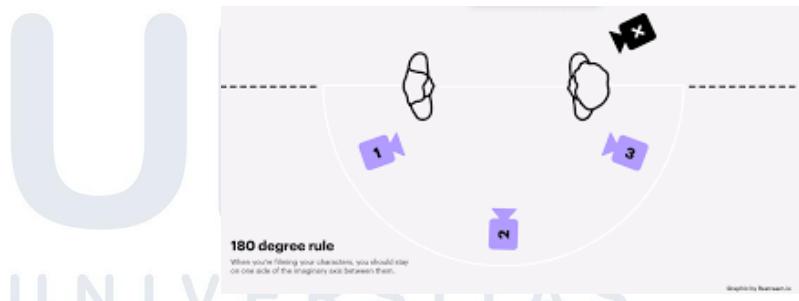
nantinya akan jauh lebih tertarik dengan visual yang disuguhkan dalam komposisi pengambilan gambar.



Gambar 2. 19 Aturan Ganjil dalam Videografi

Sumber: <https://student-activity.binus.ac.id/klifonara/2018/04/rule-of-odds/>

- j) *Movement dan direction:* Pergerakan dan pengarahan elemen dalam frame berfungsi sebagai arah pengelihat penonton. Selain pergerakan dan pengarahan dapat menjadi poin penting dalam alur penceritaan dan infomasi yang ingin disampaikan. Pemilihan *angle* dan komposisi juga termasuk dalam penggunaan pergerakan dan pengarahan ini, yang dapat memperkuat suasana dan arah subjek.

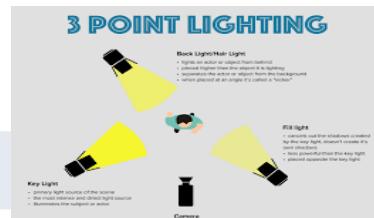


Gambar 2. 20 Screen Direction

Sumber: <https://www.onassemble.com/blog/what-is-screen-direction-in-filmmaking>

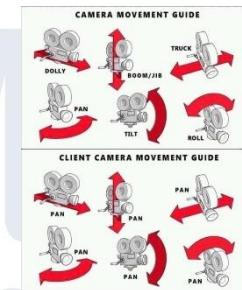
2. Pencahayaan: Cahaya dalam produksi video dapat bersumber dari berbagai sumber, seperti:
- Key light:* Sumber pencahayaan yang mengarah langsung kepada subjek video.
 - Fill light:* Sumber cahaya yang mengisi bayangan hasil dari pencahayaan utama.

- c) *Backlight*: Sumber cahaya yang memisahkan subjek dari latar untuk memberikan efek dan sensasi.



Gambar 2. 21 Pencahayaan dasar dalam Videografi
Sumber: <https://eps-production.com/mengenal-teknik-dasar-3-titik-pencahayaan...>

3. Gerakan kamera: Pergerakan atau *camera movement* merupakan teknik yang ada dalam pengambilan gambar, beberapa teknik dasar yang sering digunakan antara lain:
 - a) *Pan*: Pergerakan kamera horizontal kanan ke kiri.
 - b) *Tilt*: Pergerakan kamera vertikal naik dan turun.
 - c) *Dolly*: Pergerakan kamera maju dan mundur secara fisik, untuk mengubah perspektif.



Gambar 2. 22 Camera Movement Guide
Sumber:
https://www.reddit.com/r/vfx/comments/d8r4q0/camera_movement_guide/

4. Fokus: Fokus merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam videografi. Teknik ini memastikan subjek utama dalam video selalu menjadi focus tajam. Penggunaannya ini juga dapat memberikan kesan atau

suasana tertentu dengan *depth of field* focus tajam dan kabur.



Gambar 2. 23 Beberapa Jenis Fokus
Sumber: <https://studioantelope.com/4-jenis-fokus...>

5. Pemotongan dan transisi: Pemotongan dan transisi digunakan dalam elemen pengeditan disaat menggabungan dan menyesuaikan hasil rekaman. Fungsinya agar dapat memilih adegan paling kuat dan relevan untuk penyampaian alur yang kohesif untuk penyampaian informasi. Transisi dengan pemotongan juga berguna untuk perpindahan adegan.



Gambar 2. 24 Beberapa Jenis Cut dan Transisi
Sumber: <https://studioantelope.com/ragam-jenis-transisi/>

6. Efek visual: Efek visual merupakan manipulasi elemen dalam videografi atau media lainnya. Efek visual atau biasa disebut dengan VFX juga berfungsi sebagai elemen tambahan yang tidak dapat diciptakan dalam proses rekaman. Salah satu contoh VFX merupakan *motion graphics*, Dimana animasi grafis yang ada untuk menambahkan dan memperjelas informasi yang disampaikan dalam video.



Gambar 2. 25 *Motion Graphics*
Sumber: <https://mowe.studio/what-is-motion-graphics/>

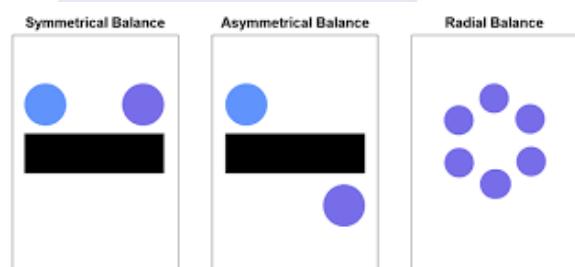
Secara keseluruhan, seluruh elemen dan prinsip videografi menunjukkan bahwa proses penciptaan video bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga proses kreatif yang menuntut kesadaran penuh terhadap bagaimana visual, suara, ritme, dan penyuntingan bekerja bersama untuk membentuk makna yang utuh dan dapat dipertanggungjawabkan. Setiap keputusan dalam pengambilan gambar, tata cahaya, komposisi, hingga penyuntingan pada akhirnya menentukan bagaimana audiens merasakan, memahami, dan menyerap informasi yang dihadirkan di dalam video. Dengan demikian, videografi hadir sebagai disiplin yang memadukan seni dan komunikasi secara seimbang, menghasilkan karya yang bukan hanya estetis, tetapi juga mampu menggugah, mengarahkan, dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada para audiens.

2.1.3.2 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) menurut Robin Landa dalam bukunya "*Graphic Design Solutions: Fourth Edition*" (2011, h. 1), merupakan sebuah disiplin yang menggunakan desain grafis untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Desain ini berperan dalam menyelesaikan berbagai masalah komunikasi visual, bekerja dengan beragam klien, mulai dari organisasi non-profit hingga perusahaan yang mempromosikan produk terbaru mereka.

Dalam penggerjaanya disiplin ini mencakup beberapa prinsip dasar yang membentuk kesatuan antara komunikasi dan visual (Landa, 2011, h. 24). Antara lain seperti;

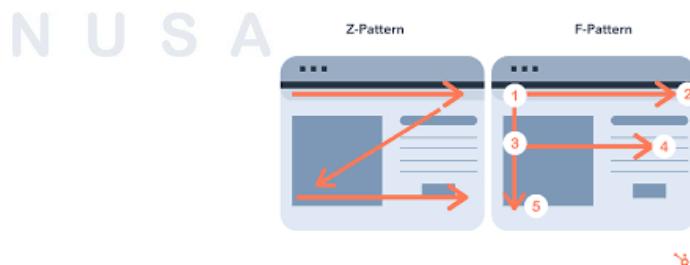
1. Keseimbangan: Dicapai melalui komposisi elemen visual dalam suatu konten, yang menciptakan harmoni visual dan mempengaruhi penyampaiannya kepada audiens. Balance terdiri dari simetri dan asimetri. Simetri, atau simetri pantulan, adalah keseimbangan visual yang tercapai dengan mencerminkan kesetaraan antara kedua sisi yang berpusat pada titik yang sama. Asimetri, di sisi lain, adalah keseimbangan visual yang dicapai tanpa menggunakan cerminan, tetapi dengan menyeimbangkan elemen-elemen secara tidak identik (Landa, 2011, h. 25).



Gambar 2. 26 Prinsip Keseimbangan

Sumber: <https://www.google.com/imgres?q=balance...>

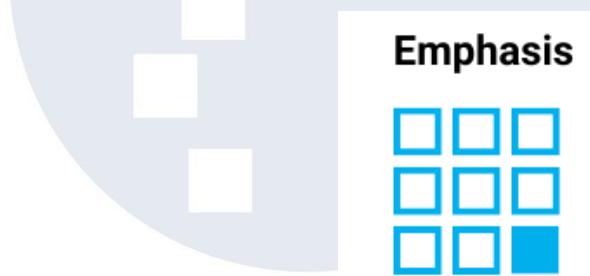
2. Hirarki Visual: Prinsip penting dalam mengatur visual dan informasi dengan menggunakan penekanan. Penekanan ini membuat elemen visual tertentu lebih dominan dibandingkan yang lain, berdasarkan urutan kepentingan visual. Desainer menggunakan prinsip ini untuk mengarahkan perhatian audiens ke elemen grafis yang dianggap paling penting (Landa, 2011, h. 28).



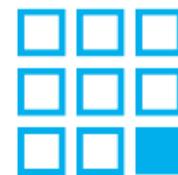
Gambar 2. 27 Prinsip Hirarki Visual

Sumber: <https://ptrelsa.medium.com/pentingnya-visual...>

3. Penekanan: Teknik yang digunakan untuk menarik perhatian target ke bagian tertentu dari sebuah desain. Ini adalah salah satu prinsip dasar desain grafis yang bertujuan untuk memastikan bahwa elemen penting dalam komposisi visual dapat dilihat dan dipahami dengan jelas oleh audiens. Emphasis membantu dalam membimbing mata pemirsa ke bagian yang paling penting dari sebuah desain, sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan efektif (Landa, 2011, h. 29).



Emphasis

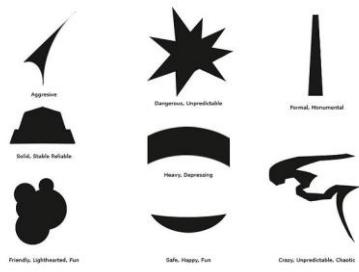


Gambar 2. 28 Prinsip Penekanan

Sumber: <https://www.ebaqdesign.com/blog/principles-of-design>

Selain prinsip desain terdapat pula elemen desain grafis, yang merupakan aspek dasar dari desain visual yang akan dibuat (Landa, 2011, h 16). Elemen desain grafis antara lain;

1. Bentuk: Gabungan antar garis yang menjadi suatu bentuk. Tetapi bentuk juga dapat diartikan sebagai jalur tertutup. Jalur tertutup inilah yang akan menciptakan penerapan figure/ground atau biasa dikenal dengan *positive and negative space* (Landa, 2011, h. 17).



Gambar 2. 29 Elemen Bentuk
Sumber: <https://www.johnlovett.com/shape>

2. Warna: Merupakan elemen desain yang sangat kuat dan sangat penting secara visual. Warna muncul dari pantulan cahaya pada suatu permukaan, dimana sebagian cahaya diserap dan sebagian lainnya dipantulkan. Pantulan inilah yang terlihat sebagai warna. Setiap warna memiliki pigmen unik, yaitu zat kimia yang berinteraksi dengan cahaya dan memberikan karakteristik khas pada setiap warna (Landa, 2011, h. 19).

Di dalamnya, warna terbagi menjadi dua yaitu RGB (*Red, Green, Blue*) dan CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black*). RGB menggunakan warna primer merah, hijau, dan biru atau additive primaries, ketiga warna ini jika digabungkan akan menghasilkan warna putih. Jenis warna RGB digunakan untuk media-media yang akan dipublikasikan secara digital. Terdapat pula CMYK atau *subtractive color*, merupakan hasil refleksi permukaan pigmen jika suatu warna telah ditempatkan pada suatu permukaan. Klasifikasi ini memiliki warna utama merah, kuning dan biru. Maka demikian klasifikasi ini dapat menghasilkan warna-warna baru dari kombinasi ketiga warna utama. Tetapi perlu diketahui bahwa warna utama tidak dapat dihasilkan oleh warna lain. Bertolak belakang dengan jenis warna

sebelumnya, jenis warna ini digunakan untuk media yang akan dipublikasi dengan media cetak. Jika kita menggunakan jenis warna RGB untuk media cetak, konsekuensi yang akan didapatkan yaitu penurunan kualitas warna saat pencetakan dan hasil warna cetakan akan keruh.



Gambar 2. 30 Elemen Warna
Sumber: <https://blog.thenounproject.com/rgb-vs-cmyk...>

3. Tekstur: adalah permukaan yang dapat dirasakan berdasarkan bentuk dan kualitasnya. Dalam seni murni, terdapat dua jenis tekstur: tactile dan visual. Tekstur tactile memiliki kualitas yang dapat dirasakan secara fisik melalui sentuhan. Sedangkan tekstur visual adalah ilusi tekstur yang diciptakan melalui teknik tangan atau fotografi, sehingga tampak seperti memiliki tekstur nyata (Landa, 2011, h. 23).



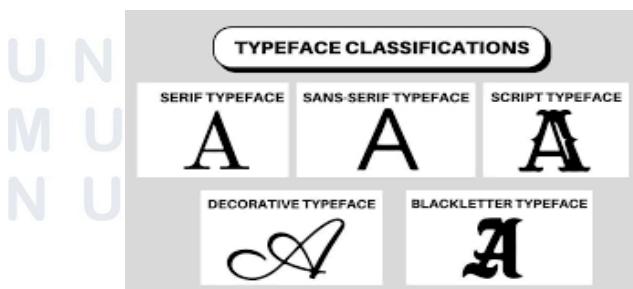
Gambar 2. 31 Elemen Tekstur
Sumber: <https://depositphotos.com/id/vector/collection..>

Dengan begitu, disiplin Desain Komunikasi Visual memperlihatkan bahwa setiap prinsip dan elemen yang digunakan bukan hanya berfungsi sebagai komponen estetika, tetapi sebagai perangkat strategis yang memastikan pesan dapat diterima, dipahami, dan direspon oleh audiens secara tepat. Melalui keseimbangan, hirarki visual, penekanan, serta pengolahan bentuk, warna, dan tekstur, proses perancangan visual menjadi rangkaian keputusan terstruktur yang mengarahkan bagaimana sebuah informasi dibaca, dirasakan, dan diinterpretasikan. Dengan demikian, DKV hadir sebagai medium komunikatif yang memadukan logika dan visual, memungkinkan desainer untuk menyampaikan gagasan secara efektif sekaligus membangun pengalaman visual yang bermakna bagi audiens.

2.1.3.3 Tipografi

Tipografi dalam buku "*Graphic Design Solutions: Sixth Edition*" (2019, h. 35), Seni dan teknik dalam menata huruf untuk membuat bahasa tertulis dapat dibaca, terlihat menarik, dan berfungsi dengan baik. Tipografi mencakup pemilihan gaya huruf, ukuran, panjang garis, jarak antar huruf, dan spasi baris untuk menciptakan komposisi efektif dalam komunikasi visual.

Desain dari karakter huruf yang konstan dan berproperti visual yang sama disebut dengan *typeface*. *Typeface* diklasifikasikan (Landa, 2019, h. 38) menjadi beberapa jenis seperti di bawah ini:



Gambar 2. 32 Klasifikasi Tipografi
Sumber: <https://www.turing.com/kb/classification-of-typeface-styles>

1. Modern: *Typeface* berserif, yang dikembangkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19, memiliki bentuk geometris dengan karakteristik garis penekanan vertikal yang bervariasi antara tebal dan tipis. *Typeface* ini adalah yang paling simetris di antara semua *typeface* (Landa, 2019, h. 39).
2. *Sans Serif*: *Typeface* yang tidak memiliki serif diperkenalkan pada awal abad ke-19. Beberapa sans serif *typeface* memiliki karakteristik garis yang bervariasi antara tebal dan tipis (Landa, 2019, h. 39).
3. *Display*: *Typeface* ini dirancang untuk digunakan dalam ukuran besar dan seringkali diaplikasikan pada headline atau judul (Landa, 2019, h. 39).

Tipografi sebagai fungsi komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan berupa teks dengan jelas dan tepat. Oleh sebab itu penting memilih tipografi yang tepat untuk desain yang digunakan (Landa, 2011, h. 50). Berikut ini adalah prinsip tipografi yang sesuai:



Gambar 2. 33 Prinsip Tipografi
Sumber: <https://thesigndistillery.com/readability-vs-legibility/>

1. Keterbacaan (*Readability*): Ini adalah tingkat di mana sebuah tulisan bisa dipahami atau dibaca dengan mudah, tergantung pada kompleksitas penggunaan kata-kata dalam kalimat (Landa, 2011, h. 51).

2. Kejelasan (*Clarity*): Faktor ini sangat penting dalam memilih jenis huruf. Menurut David Ogilvy, tipografi yang baik adalah yang "membantu" orang untuk membaca, sedangkan yang buruk adalah yang "menghalangi" orang untuk membaca (Landa, 2011, h. 51).
3. Dapat Dilihat (*Visibility*): Penggunaan jenis huruf harus sesuai dengan komposisi yang baik. Penempatan huruf yang terhalang oleh gambar atau warna yang hampir sama dengan latar belakang sulit dibaca (Landa, 2011, h. 52).
4. Kejelasan Visual (*Legibility*): Ini berkaitan dengan kejelasan visual dari teks, yang biasanya dipengaruhi oleh ukuran huruf, jenis huruf, kontras, blok teks, dan spasi antar huruf yang digunakan (Landa, 2011, h. 51).

2.1.3.4 Dokumenteri Music Video

Videografi merupakan seni menangkap gambar bergerak yang menghasilkan visual rekaman yang bersuara. Dokumenteri merupakan salah satu format keluaran yang dihasilkan dari penggunaan videografi. Singkatnya, dokumenteri merupakan film yang menceritakan kejadian aktual dengan gambar dan narasi yang bertujuan memberikan informasi dan edukasi. Selain itu terdapat video musik sebagai keluaran dari videografi, dimana video musik merupakan video penampilan seni musik dengan visual yang mendukung genre, musisi, atau bahkan pesan yang ingin disampaikan oleh lagu (Magriyanti et al, 2020, h. 123–126).

Menurut laman riset University of Edinburgh, dokumentasi dalam *music video* merupakan karya visual yang menggabungkan elemen-elemen dalam video dokumenter dan video musik (Research Bow, 2021). Tujuannya adalah menyampaikan informasi dengan narasi atau cerita terkait isu yang diangkat dengan lagu sebagai penyampaian dalam *music video*. Oleh karena itu *music video* akan menampilkan *footage* nyata dan mendukung lagu. Hal tersebut diharapkan memberikan pengalaman yang kuat, bukan hanya sebagai penghibur tapi juga mengdukasi informasi mengenai tokoh Punakawan dengan konten ragam watak manusia. Sebagai contoh *music video* dari Indonesia ada Navicula dengan karyanya Orangutan dan internasional dari Coldplay dengan “Everyday Life”.



Gambar 2. 34 Contoh *Music Video*
Sumber: https://youtu.be/7HmiFxqdq4?si=_qhc5W55Vn0a0O69

Media informasi merupakan sarana penting untuk menyampaikan pesan dan membentuk opini publik, yang kini mengalami transformasi signifikan melalui media digital, memungkinkan komunikasi dua arah, penyebarluasan informasi yang cepat, dan partisipasi aktif masyarakat, meskipun tetap menimbulkan tantangan seperti hoaks dan polarisasi (Sobur, 2006; Hasan et al., 2023). Peran media sosial semakin menegaskan fungsi ini dengan kemampuannya menyebarkan isu sosial budaya secara interaktif dan real-time, sementara media audio visual menjadi strategi efektif untuk mengedukasi generasi muda melalui kombinasi visual dan audio yang menarik dan mudah dipahami (Damayanti et al., 2023; Serungke et al., 2023). Visual, desain komunikasi visual, serta tipografi berperan

sebagai elemen estetis sekaligus komunikatif dalam memperkuat pesan, sedangkan format inovatif seperti dokumenter dalam *music video* muncul sebagai media kreatif yang mampu menggabungkan kekuatan narasi dokumenter dan daya tarik musik untuk menyampaikan informasi sekaligus mengedukasi audiens (Landa, 2011; Magriyanti et al., 2020; Research Bow, 2021). Dengan demikian, media informasi kontemporer berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium edukasi budaya yang relevan dengan gaya hidup digital masyarakat.

2.2 Generasi Z

Generasi Z atau “Net Generation” merupakan sebagian kelompok masyarakat yang lahir dalam lingkungan digital. Menurut Don Tapscott dalam bukunya yang berjudul “*Grown Up Digital: How The Net Generation is Changing Your World*” (2009). Disebutkan mereka memiliki pola berpikir, berperilaku, dan berinteraksi yang sangat berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya.



Gambar 2. 35 Generation Spectrum
Sumber: <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>

Generasi Z terbiasa mendapatkan informasi dengan instan melalui internet, sangat terbuka terhadap globalisasi, dan teramat akrab dengan media sosial. Pola hidup ini yang menjadikan mereka lebih adaptif dengan segala bentuk perubahan disekitar mereka, tetapi pola ini juga rentan dengan adanya distraksi yang disebabkan banyaknya narasi informasi yang tersebar di media digital (Tapscott, 2009, h. 18–20).

2.2.1 Generasi Z terhadap Media Digital

Bagi generasi muda, media digital sudah sangat erat dalam kehidupan mereka. Terlebih Generasi Z tumbuh dan besar dalam era perkembangan teknologi, internet, dan juga media sosial. Karena hal tersebut, mereka tidak hanya menggunakan media digital sebagai media komunikasi saja. Mereka memanfaatkan media digital dalam bekerja, berbelanja, mencari hiburan, dan aktivitas lainnya (Arum et al, 2023, h. 60–61).

Maka dari itu, tidak heran jika khalayak muda lebih nyaman berinteraksi secara daring dibandingkan luring. Mereka menganggap berkomunikasi secara daring lebih efisien, dari segi waktu dan kemudahan akses informasi yang disediakan oleh aplikasi digital. Secara umum, media digital ini sudah menjadi alat nomor satu dalam keberlangsungan hidup yang berpengaruh pada pola komunikasi, perilaku, dan gaya hidup mereka.

Oleh sebab itu tidak sedikit masyarakat yang menstereotipekan Generasi Z sebagai pecandu media digital dan teknologi. Berikut merupakan karakteristik Generasi Z menurut Stillman (2018) dalam Arum et al (2023, h. 64–66).

1. Figital: Generasi Z dikenal tidak pernah membatasi kegiatan yang mereka lakukan, secara daring mau pun luring. Perkembangan teknologi yang cepat, membuat segalanya mudah ditemukan di internet. Dengan demikian kehidupan mereka tidak dapat dipisahkan dari media digital, karena bagi mereka teknologi digital dan internet sangat mengefisiensi waktu yang ada.
 - a. Hiper-kustomisasi: Mereka tidak suka dikategorikan pada kelompok-kelompok tertentu. Generasi Z tidak ingin diberi label pada dirinya karena ingin mengkustomisasi identitas sesuai dengan pemikiran mereka di masyarakat. Secara padat, mereka tidak mau berada pada suatu yang umum dan sudah banyak dilakukan orang lain, dari sini lah keunikan masing individu Generasi Z menonjol.

- b. Realistik: Generasi Z yang dipengaruhi oleh orang tua mereka yg cenderung memiliki pandangan realistik terhadap masa depan karena melihat kehidupan generasi sebelumnya yang tidak sesuai dengan mimpi mereka. Hal ini membuat Generasi Z lebih mengutamakan pembelajaran praktis seperti mencari solusi nyata dibandingkan teori, serta fleksibel dalam menyesuaikan diri demi memenuhi kebutuhan masa depan. Meskipun tampak kurang percaya pada mimpi, tindakan nyata yang mereka lakukan justru memberi pengaruh positif bagi lingkungan dan memperkaya pengalaman mereka.
- c. *Fear of Missing Out (FOMO)*: Dikenal sebagai generasi digital, mereka selalu menyimpan data yang sekiranya diperlukan dikemudian hari. Hal tersebut didorong dengan rasa ingin tahu yang tinggi, tapi ternyata mereka jadi mudah gelisah dan khawatir jika tertinggal berita atau tren terbaru. Tetapi disatu sisi hal ini meningkatkan rasa kompetitif Generasi Z.
- d. *Weconomist*: Selain mendapat julukan pecandu teknologi, Generasi Z juga sering dikaitkan dengan julukan “kaum mendang-mending”. Karena mereka mengenal kata kolaborasi ekonomi. Hal ini lah yang mendorong merka untuk selalu membandingkan aspek yang lebih terbuka, atau bahasa santainya yang lebih ramah kantong.
- e. *Do It Yourself (D.I.Y)*: Dengan rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi, Generasi Z mampu mengedukasi diri mereka sendiri secara otodidak. Kemandirian ini menjadikan mereka lebih fokus pada pekerjaan individu. Karakteristik tersebut yang mendorong munculnya keinginan untuk menekuni hal yang mereka gemari tanpa keterikatan pada pola kerja.

- f. Terpacu: Walau terlihat santai dan sangat realistik, Generasi Z teramat sangat peduli terhadap isu sekitar mereka. Mereka selalu berupaya membawa perubahan dan rela melakukan hal besar untuk memberikan perubahan. Maka dari itu mereka mampu membawa dan memerlukan semangat perubahan untuk masa depan.

2.2.2 Perilaku Konsumsi Media Sosial Generasi Z

Perilaku konsumsi media digital Generasi Z terlebih pada media sosial sangat dipengaruhi oleh kemudahan dan ketergantungan akses internet. Karena tumbuh dan besar pada era digitalisasi, maka tidak heran jika mereka aktif bersosialisasi dan mengekspresikan diri secara daring di media sosial. Penggunaan media digital dan sosial juga beragam, mulai dari hiburan sampai informasi dan edukasi yang membangun identitas diri mereka. Namun, penggunaan intensif dapat menimbulkan risiko penyebaran informasi tidak akurat dan ketergantungan media sosial (Firamadhina et al, 2020, h. 200).

Sebagai produsen konten aktif, Generasi Z memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan platform media sosial secara maksimal untuk menghasilkan video pendek kreatif. Konten yang dibuat tidak jauh dari tren yang ada di internet. Hal tersebut memvalidasi adanya keinginan Generasi Z untuk mendapatkan pengakuan dari komunitas daring yang mendorong mereka untuk terus berkreasi. Dengan begitu mereka mengubah media sosial dari sekadar tempat bersosialisasi menjadi panggung untuk dirinya memamerkan kebolehannya. Fenomena ini mengakibatkan adanya budaya partisipatif yang berdampak pada batas antara audiens dan kreator yang buram. Karena semuanya membentuk narasi dan tren yang memengaruhi budaya pop global.

2.2.3 Kesadaran Generasi Z terhadap Isu Sosial Budaya

Kesadaran Generasi Z akan isu sosial budaya di indonesia harus mulai ditangani dengan serius. Karena dampak globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat dan tak terbatas, memungkinkan budaya lain masuk ke Indonesia, tidak sedikit pula masyarakat muda lebih gemar dengan budaya lain yang lebih menarik dibandingkan dengan budaya lokal. Berdasarkan penelitian, diketahui lebih dari 60% masyarakat muda Indonesia lebih menyukai budaya luar seperti Kora dan Jepang karena lebih keren, menarik, dan relevan dengan mereka. Mereka Merasa bahwa budaya lokal Indonesia terlalu kaku dan kurang mampu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi (Dewi et al, 2024, h. 23647–23648).

Tetapi hal tersebut bukan berarti kesadaran akan budaya Lokal Indonesia pada Generasi Z hilang total. Dari data yang tersedia, terlihat peluang karena 39% lebih masyarakat muda yang berminat untuk menumbuhkan kembali pengetahuan dan kecintaan mereka terhadap budaya lokal dengan pendekatan yang lebih relevan dengan zaman dan gaya hidup digitalisasi Generasi Z. Contohnya melalui media digital seperti YouTube dan promosinya pada media sosial seperti TikTok dan Instagram. Dengan pendekatan tersebut peluang edukasi Generasi Z untuk memiliki kesadaran kritis akan pelestarian dan menjaga budaya Indonesia dirasa lebih efektif.

Generasi Z, yang dikenal sebagai “Net Generation”, merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital dan memiliki pola pikir, perilaku, serta interaksi yang berbeda dari generasi sebelumnya, dengan keterikatan kuat pada internet dan media sosial yang membentuk gaya hidup adaptif sekaligus rentan distraksi (Tapscott, 2009). Mereka memiliki karakteristik khas seperti figital, hiper-kustomisasi, realistik, FOMO, weconomist, DIY, dan terpacu, yang menunjukkan kemandirian, kepekaan sosial, hingga semangat membawa perubahan (Stillman, 2018 dalam Arum et al., 2023). Dalam perilaku konsumsi media, Generasi Z tidak hanya menggunakan media digital sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana belajar, berkreasi, hingga membangun identitas diri, meski intensitas ini

memunculkan risiko seperti ketergantungan dan penyebaran informasi tidak akurat (Firamadhina et al., 2020). Sementara itu, kesadaran mereka terhadap isu sosial budaya cenderung tergerus oleh dominasi budaya asing, khususnya Korea dan Jepang, meski peluang tetap terbuka karena sebagian besar masih menunjukkan minat untuk mencintai kembali budaya lokal melalui media digital yang sesuai dengan gaya hidup mereka (Dewi et al., 2024).

2.3 Tokoh Punakawan

Dalam tradisi sastra dan seni pertunjukan Jawa, tokoh Punakawan memiliki kedudukan yang istimewa. Menurut Pandam Guritno pada bukunya “Wayang kebudayaan Indonesia dan pancasila” (1976) dalam (Rejeki, 2010, h. 16) Tokoh-tokoh Punakawan dikenal sebagai tokoh yang mewakili bahasa atau suara rakyat. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata dalam babak *goro-goro*, tetapi juga menjadi simbolisasi dari *cipta*, *rasa*, *karsa*, dan *karya* atau keberagaman watak manusia. Melalui karakteristik yang dimiliki oleh setiap tokoh punakawan, kita dapat melihat refleksi kehidupan manusia dan dinamika kompleksitas sosial.



Gambar 2. 36 Tokoh Punakawan
Sumber: <https://www.smpn4patukgunungkidul.sch.id/read/7/index.php>

Para tokoh Punakawan biasanya muncul pada babak *goro-goro*. *Goro-goro* merupakan sesi babak dalam pertunjukan wayang yang bertujuan sebagai peluntur suntuk oleh Ki Dalang agar penonton tidak bosan dengan *sabetan* atau kata-kata bijak dari cerita yang dibawakan (Nirwanasyah et al, 2023, h. 2–4). Mereka menjadi simbol abadi dari nilai-nilai luhur dalam budaya Jawa, menjembatani antara dunia nyata dan dunia spiritual, serta mengingatkan kita akan pentingnya keseimbangan antara hiburan dan pelajaran hidup. Maka dari itu

kajian ini sejalan dengan tujuan penelitian yaitu memperkenalkan tokoh Punakawan dengan ragam watak manusia.

2.3.1 Watak dan Karakteristik Tokoh Punakawan

Tokoh Punakawan terdiri dari empat karakter utama, yaitu Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong. Setiap tokoh memiliki ciri khas dan karakteristik yang unik, yang secara simbolis menggambarkan sifat dan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari (Rejeki, 2010, h. 23–33).

1. Semar: Simbol karsa (kebijaksanaan dan kepemimpinan)

Ki Semar seringkali digambarkan sebagai Punakawan yang paling bijaksana dan berwibawa. Dalam setiap aksinya, ia menunjukkan kebijaksanaan yang mendalam dan kemampuan untuk memimpin dengan adil. Ki Semar merupakan simbol dari watak manusia yang bijaksana dan mampu memimpin dengan baik dalam berbagai situasi kehidupan.

2. Gareng: Simbol cipta (keteguhan hati dan kebanggaan diri)

Gareng, dengan wataknya yang tegar dan tidak mudah menyerah, menjadi simbolisasi dari keteguhan hati manusia. Meskipun seringkali dihadapkan pada berbagai rintangan dan tantangan, Gareng tetap teguh dan tidak merasa rendah diri. Ia juga mencerminkan kebanggaan diri yang sehat, yang memungkinkannya untuk tetap berdiri tegak di tengah-tengah cobaan kehidupan.

3. Petruk: Simbol rasa (kejujuran, kesederhanaan, dan kreativitas)

Petruk sering digambarkan sebagai Punakawan yang jujur, sederhana, dan kreatif. Melalui sikapnya yang tulus dan tidak berprasangka, ia menjadi simbol dari kejujuran dan kesederhanaan dalam kehidupan manusia. Petruk juga mencerminkan kreativitas dalam menemukan solusi kritis untuk berbagai masalah, yang menjadi salah satu aspek penting dalam menjalani kehidupan.

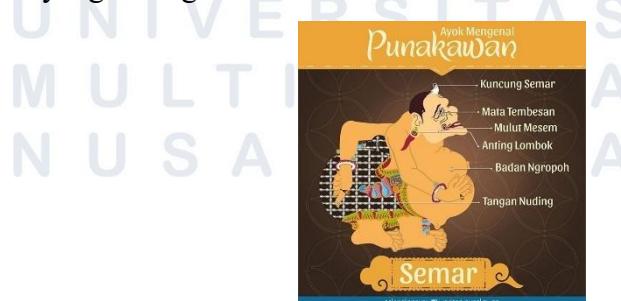
4. Bagong: Simbol karya (keceriaan, kecerdasan, dan karya)

Bagong adalah tokoh Punakawan yang paling ceria, cerdas, dan produktif. Dengan sifatnya yang lincah dan karakternya yang humoris, ia seringkali menjadi sumber kegembiraan dalam cerita Punakawan. Bagong merupakan simbol dari keceriaan dan kecerdasan manusia, yang mampu menemukan kebahagiaan dalam segala situasi dan menggunakan kecerdasannya untuk mengatasi berbagai masalah. Selain itu, Bagong juga mewakili semangat untuk berkarya dan berkontribusi positif dalam kehidupan bermasyarakat.

Ciri fisik unik yang dimiliki oleh setiap tokoh Punakawan juga memiliki arti yang sangat bermakna, mewakili pewatakan tersebut secara simbolis (Arif et al, 2017, h. 95–96). Berikut ini penjelasan lebih rinci tentang ciri-ciri fisik dan maknanya bagi setiap tokoh Punakawan:

1. Semar: Memiliki tubuh gemuk, pendek, dengan wajah tua yang penuh kerut, namun sering kali tersenyum. Ia memiliki perut buncit dan dada lebar, serta rambut putih yang diikat.

Makna: Penampilan Semar yang gemuk dan tua melambangkan kebijaksanaan dan pengalaman. Perut buncit dan dada lebar menunjukkan kelapangan hati dan kebaikan, sedangkan senyumannya mencerminkan kedamaian dan ketulusan. Rambut putihnya melambangkan kebijaksanaan yang datang karena usia.



Gambar 2. 37 Fisik Semar
Sumber: https://www.instagram.com/p/BGl9i0RIdPV/?utm_source=ig...

2. Gareng: Memiliki tubuh kecil dan agak bengkok, dengan mata yang sedikit juling, tangan yang bengkok, dan kaki pincang.

Makna: Ciri-ciri fisik Gareng yang tidak sempurna melambangkan kejujuran dan kesetiaan meskipun dalam keadaan yang serba kekurangan. Mata yang juling dan tubuh yang bengkok mengingatkan kita bahwa manusia tidak harus sempurna untuk menjadi berharga. Kesetiaan dan ketulusan hati lebih penting daripada penampilan fisik.



Gambar 2. 38 Fisik Gareng
Sumber: https://www.instagram.com/p/BG9ISpjIdHD/?utm_source=ig...

3. Petruk: Memiliki tubuh tinggi dan kurus dengan hidung yang panjang serta dagu yang menonjol. Ia juga memiliki mata yang tajam dan ekspresif.

Makna: Tubuh tinggi dan hidung panjang Petruk melambangkan kecerdasan dan kecerdikan. Hidung yang panjang sering kali diasosiasikan dengan kemampuan untuk 'mencium' atau mendeteksi masalah dan peluang dari jauh. Mata tajamnya simbol kewaspadaan dan ketajaman berpikir.



Gambar 2. 39 Fisik Petruk
Sumber:
https://www.instagram.com/p/BHUchmyhG2G/?utm_source=ig...

4. Bagong: Memiliki tubuh yang bulat dengan kepala besar, mata besar yang bulat, dan mulut yang lebar.

Makna: Tubuh bulat dan kepala besar Bagong melambangkan kepolosan dan kebersahajaan. Mata besar yang bulat mencerminkan rasa ingin tahu dan keterbukaan terhadap dunia, sedangkan mulut yang lebar menandakan ekspresivitas dan keberanian untuk berbicara apa adanya.



Gambar 2. 40 Fisik Bagong
Sumber: https://www.instagram.com/p/BHw3zcShEfo/?utm_source=ig...

Melalui sifat dan ciri-ciri fisik yang unik ini, setiap tokoh Punakawan tidak hanya memiliki penampilan yang mudah dikenali tetapi juga membawa pesan moral yang dalam. Sifat dan ciri-ciri fisik tersebut tidak hanya memperkuat karakter masing-masing tokoh tetapi juga menyampaikan filosofi hidup yang dipegang teguh dalam budaya Jawa. Setiap tokoh Punakawan, dengan penampilan dan sifat khasnya, mengajarkan nilai-nilai penting seperti kebijaksanaan, kejujuran, kecerdasan, dan ketulusan, serta mengingatkan kita akan pentingnya menerima dan menghargai perbedaan dalam kehidupan manusia di masyarakat.

2.3.2 Relevansi Watak Punakawan dengan Ragam Watak Manusia

Relevansi watak yang dimiliki oleh para tokoh Punakawan sangat kuat dengan ragam watak manusia, karena mereka merupakan representasi berbagai sifat dan karakter manusia dikehidupan sehari-hari. Sebagia contoh, Ki Semar yang melambangkan kebijaksanaan yang mengajarkan manusia untuk selalu bertindak dengan arif dan mempertimbangkan berbagai opsi serta konsekuensi yang ada, agar dapat mengendalikan emosi dan bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan juga orang lain. Sementara Petruk dan Bagong merupakan reflektifitas akan kelebihan dan kekurangan manusia dan kehidupannya yang harus disyukuri dan dihargai dengan lapang dada. Disamping itu Gareng mengajarkan kita untuk selalu meneguhkan hati dan bangga akan diri sendiri walau dihadapkan dengan berbagai macam tantangan (Jiwandono et al, 2020, h. 77–80).

Keberadaan tokoh Punakawan dalam budaya tradisional Indonesia menunjukkan bahwa melalui pesan yang disampaikan oleh mereka dapat membentuk karakter dan moral masyarakat luas. Nilai filosofis yang terkandung dalam watak para tokoh menjadi relevan dalam konteksnya watak dan sosial. Karena bahwasannya Punakawan mengajarkan mengenai keberagaman sifat manusia yang harus dihargai dalam menciptakan kehidupan bermasyarakat yang harmonis. Oleh sebab itu tokoh Punakawan bukan hanya tokoh dalam pewayangan, tetapi juga menjadi media informasi karakter atau watak yang masih relevan diberbagai konteks kehidupan.

Tokoh Punakawan dalam tradisi Jawa memiliki kedudukan istimewa karena tidak hanya berfungsi sebagai hiburan dalam babak gorogoro, tetapi juga sebagai simbol cipta, rasa, karsa, dan karya yang merefleksikan ragam watak manusia (Rejeki, 2010; Nirwanasyah et al., 2023). Keempat tokoh Punakawan, Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong masing-masing memiliki karakteristik dan ciri fisik unik yang sarat makna filosofis, mulai dari kebijaksanaan, keteguhan hati, kejujuran, kreativitas, hingga keceriaan dan kecerdasan (Arif et al., 2017). Watak mereka merepresentasikan kelebihan dan kekurangan manusia, serta mengajarkan

nilai luhur seperti ketulusan, kesederhanaan, dan kebijaksanaan yang relevan, baik dalam konteks kehidupan tradisional maupun modern (Jiwandono et al., 2020). Dengan demikian, Punakawan bukan sekadar tokoh pewayangan, melainkan media edukasi moral dan sosial yang abadi, yang menegaskan pentingnya menghargai perbedaan dan menjaga keseimbangan antara hiburan serta pelajaran hidup.

2.4 Penelitian yang Relevan

Guna memperkuat dasar pemikiran serta menegaskan kebaruan pada penelitian ini, diperlukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik Punakawan. Pada sub bab ini, dibahas sejumlah penelitian terdahulu yang memberikan kontribusi dalam memahami pengenalan tokoh Punakawan, baik melalui pendekatan komunikasi visual maupun media informasi. Setiap penelitian akan ditinjau dari aspek tujuan, metode yang digunakan, serta hasil yang diperoleh agar dapat menjadi pijakan dalam merumuskan arah perancangan.

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan komunikasi visual pengenalan tokoh wayang Punakawan Yogyakarta melalui ciri fisiknya	Novida Nur M. Arif	Fokusnya memperkenalkan Punakawan, dengan pendekatan visual fisik (ciri tubuh)	Media yang digunakan masih statis belum menggunakan media bergerak berbasis audio visual, serta visualnya sudah tidak digemari anak muda saat ini

2	Pengenalan <i>goro-goro/gara-gara</i> wayang kulit kepada generasi muda melalui perancangan video dokumenter	Ayu Desty Nirwanasyah, Aris Kurniawan, Agustina Kusuma Dewi	Membahas video dokumenter untuk memperkenalkan Punakawan (babak <i>goro-goro</i>)	Format dokumenter yang digunakan masih konvensional, belum mengeksplorasi bentuk inovatif seperti <i>documentary music video</i>
3	Pemanfaatan nilai-nilai filosofis Punakawan dalam upaya penguatan karakter mahasiswa	Ilham Syahrul Jiwandono, Khairunnisa	Nilai filosofis Punakawan sebagai edukasi karakter terhadap mahasiswa	Fokus pada penggunaan Punakawan sebagai pedoman karakter dalam Pendidikan formal, belum memanfaatkan media audio visual atau pendekatan digital untuk Gen Z

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa upaya pengenalan tokoh Punakawan telah dilakukan melalui beragam pendekatan, mulai dari penggambaran visual fisik, penyajian dokumenter, hingga kajian nilai filosofisnya sebagai sarana pendidikan karakter. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan, baik dalam hal penggunaan media yang cenderung statis, format dokumenter yang masih konvensional, yang belum memanfaatkan media audio-visual yang sesuai dengan karakter generasi muda saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini hadir dengan kebaruan berupa eksplorasi bentuk *music video* sebagai media informasi yang menggabungkan aspek visual, audio, dan musik, sehingga diharapkan lebih efektif dalam memperkenalkan tokoh Punakawan kepada khalayak muda dengan cara yang relevan dan menarik.

