

Original article

ANALISIS WEB SERIES DALAM FORMAT FILM PENDEK (STUDI KASUS WEB SERIES 'MALAM MINGGU MIKO EPISODE NISSA')

Iqbal ALFAJRI, IRFANSYAH, Budi ISDIANTO

Institut Teknologi Bandung

ABSTRACT

A web series is a series of scripted videos, generally in episodic form, released on the Internet or also by mobile or cellular phone, and part of the newly emerging medium called web television. A single instance of a web series program is called an episode or webisode. This is an entertainment medium without a lot of history or precedent. As soon as one path to success is established, it quickly becomes obsolete and is replaced by additional innovations in the marketplace.

Some web series shows are created by total amateurs, requiring little cost for equipment, special effects or anything else. Others are produced by businesses or bigger media networks, and there are a lot of them out there that are so good that they're comparable to real TV shows, especially if they involve well-known actors and professional directing or production.

Web series creator posted new content on a consistent basis and built an audience of regular viewers. Berkala content is absolutely critical online. Successful online creators have had consistent content coming out on a regular schedule and creates a habit. More than any other medium, web series allow content creators to receive feedback from, interact with, their viewers almost instantaneously.

Producing web series requires a blend of both independent film or short film and television techniques. Web series 'Malam Minggu Miko' is one of the web series produced in Indonesia that successfully uses the short film format to attract audiences adolescence. Web series also managed to become a pioneer in the use of the mockumentary approach as a story telling approach.

Key words: Web Series, Short Film, TV Program, Mockumentary, Storytelling

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada satu dekade terakhir sangat cepat. Teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memperbaiki kinerja media massa atau media lama, namun juga menghadirkan media baru atau *new media* yang hadir di dalam kehidupan kita sehari-hari. Beragam bentuk media baru tersebut dipicu dengan hadirnya kombinasi antara komputer dan internet, saat teknologi digital bekerja dengan mengubah apa pun, seperti suara, teks, foto, dan film ke dalam unit kode biner [1].

Saat ini komputer dan internet telah menjadi kebutuhan dasar bagi sebagian masyarakat, terutama kelompok usia produktif. Bahkan sejak kehadiran media sosial di internet seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, jumlah pengguna internet pun semakin meningkat. Hampir semua kelompok usia bisa memanfaatkan media sosial ini karena mudah dioperasikan. Namun yang membuat media sosial begitu digemari pengguna internet karena beragam kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan tersebut dapat digunakan secara gratis.

Salah satu fasilitas yang ditawarkan media sosial adalah kemudahan untuk menampilkan karya video sehingga dapat dinikmati oleh semua pengguna internet. Contohnya adalah media sosial YouTube yang menawarkan kemudahan bagi

pengguna untuk mengunduh dan mengunggah video dengan durasi tak terbatas. Dengan adanya fasilitas ini semakin banyak pengguna internet yang termotivasi untuk membuat video dan mengunggahnya ke YouTube dengan berbagai kepentingan.

Dengan adanya fasilitas ini memicu lahirnya suatu bentuk aktivitas rutin mengunggah video dan memunculkan saluran-saluran mandiri. Materi yang ditampilkan saluran-saluran ini juga beragam, mulai dari tayangan yang dipersiapkan secara profesional hingga dokumentasi yang bersifat pribadi. Bentuk video seperti ini awalnya populer dengan sebutan *webisode*. *Webisode* adalah cerita serial yang dibagi menjadi bagian-bagian pendek, masing-masing durasi hanya beberapa menit. Setiap episode biasanya berakhir dengan kesan menggantung. Pada awalnya, banyak *webisode* berputar di sekitar karakter kontemporer dan berpusat pada kejadian sehari-hari atau drama pribadi. Istilah *webisode* berkembang dan berganti menjadi *web TV series* atau *web series* [2].

Dari sekian banyak *web series* yang diproduksi, format film pendek adalah salah satu yang populer. Format film pendek dipilih karena *web series* saat ini telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi pengguna internet. Format film cerita serial memiliki kemiripan

dengan serial TV atau sinetron serial yang lebih dulu populer dalam tayangan televisi.

Dalam tulisan ini digunakan pendekatan analisis film dalam menilai *web series*. Penggunaan pendekatan ini tidak berarti mengingkari kehadiran dan pentingnya tanggapan emosional dan intuitif. Melalui pendekatan analisis sebuah film dipisahkan menjadi bagian-bagian yang kemudian diteliti sifat-sifat, proporsi, fungsi, dan saling hubungan dari bagian-bagian ini [3].

2. WEB SERIES

2.1 Perkembangan *Web Series* di dunia

Web series pertama kali diproduksi oleh Bullseye Art pada tahun 1995 dengan materi serial animasi pendek. Beberapa judul yang sempat populer adalah 'Miss Muffy and the Muf Mob' dan 'Space Dog'. Pada tahun 2003 Microsoft meluncurkan MSN Video yang menampilkan *web series* 'Weird TV 2000'. Dari 2003 hingga 2006, beberapa seri *web* independen mulai mencapai popularitas, terutama 'Red Vs Blue' produksi Rooster Teeth. *Web series* ini didistribusikan secara independen menggunakan YouTube dan memperoleh lebih dari 100 juta penonton.

Web series adalah sebuah program acara serial yang ditayangkan di sebuah media yang sedang berkembang bernama *web* TV. Contoh *web* TV yang populer di internet adalah YouTube dan Vimeo. *Web*

series biasanya dirancang khusus untuk dirilis perdana via internet, bukan melalui stasiun TV reguler. Karena berbasis jaringan internet, setiap episodenya berdurasi sekitar dua hingga enam menit sehingga penonton tidak harus menunggu proses unduh yang terlalu lama.

Web series adalah media baru yang muncul seiring dengan semakin cepatnya koneksi internet, semakin murahness harga kamera perekam video berkualitas tinggi, dan semakin mudahnya *software editing* digunakan oleh kalangan awam. Ketiga hal itu semakin lengkap dengan munculnya media sosial YouTube, yang memungkinkan semua orang di seluruh dunia untuk mengunggah dan menayangkan kreasi video mereka.

Tren memproduksi *web series* menyebabkan munculnya beragam materi video di internet karena jenis tayangan yang muncul sifatnya sangat unik, spesifik, khas, dan sangat pribadi. Fenomena ini kemudian memunculkan pola baru dalam hal produksi dan distribusi video, sehingga lahirlah pembuat program video serial dengan materi yang sebelumnya belum pernah ada di program TV reguler.

Pembuat *web series* mengunggah materi videonya secara konsisten dan membangun penonton setianya sendiri. Mereka menjanjikan materi yang baru dalam jadwal yang spesifik dan fokus dalam membangun komunitas peng-

gemar melalui judul tayangan atau tema video serialnya.

Web series awalnya dipadankan dengan program TV reguler. Namun penggunaan kata 'televisi' menjadi rancu karena video-video ini tidak ditayangkan oleh stasiun TV. Selain itu *web series* tidak terpaku pada aturan penyiaran dimana programnya terbagi atas beberapa episode dengan durasi yang lebih singkat. *Web series* memiliki subjek materi, teknik produksi, dan struktur yang unik, yang sangat berbeda bila dipadankan dengan program TV. Menonton *web series* memiliki sensasi yang berbeda bila dibandingkan dengan hanya sekadar menonton program TV melalui komputer.

Di Amerika Serikat, *web series* telah berkembang cukup pesat dan mulai menyaingi program TV reguler. Kemiripan *web series* dengan program TV reguler pada umumnya adalah pada materinya. Materi pada *web series* terbagi dua, yaitu fiksi dan nonfiksi. Dalam kategori fiksi, terdapat genre yang sudah biasa dikenal seperti: *action* (*Mortal Kombat Legacy*), *thriller* (*The Bannen Way*), *drama* (*OzGirl*), *komedi* (*The Guild*), dan lain-lain. Pada genre nonfiksi juga terdapat keragaman acara yang tak kalah melimpah, seperti *talkshow* (*Toni Blank Show*), *how to* (*Backyard FX*, *Threadbanger*, *Epic Meal Time*), *magazine* (*IGN Daily Fix*, *Tekzilla*), *reality* (*Mommy XXX*,

The Secret Life of Scientist), dan masih banyak lagi.

Kisah sukses pembuat *web series* diawali oleh Freddie Wong, seorang *filmmaker* independen dari Amerika Serikat. Ia bersama temannya membuat *channel* di YouTube untuk memamerkan karyanya setiap minggu. Seiring waktu, penonton dapat melihat konsistensi dan kemajuan Freddie dalam berkarya. Jumlah *subscriber channel* atau pelanggan kanalnya bertambah seiring waktu. Bahkan setiap video yang diunggah ke YouTube paling sedikit ditonton oleh 2 juta orang. YouTube kemudian menawarkan kerjasama dengan Freddie untuk terus memproduksi *web series*. Selain itu, Freddie dan kawan-kawan juga diberikan kepercayaan untuk membuat iklan *video game Battlefield 3* untuk ditayangkan secara nasional di Amerika Serikat.

Web series telah menjadi media baru untuk pembuat film yang merangkap sebagai wirausahawan. Pembuat *web series* memiliki kesempatan untuk mengendalikan semua segi dari pertunjukan, pengembangan dan produksi, serta pemasaran dan distribusi. Pembuat *web series* dapat disamakan dengan memulai sebuah bisnis. Setiap hari selalu ada *web series* baru yang diunggah ke internet. Namun hanya sedikit yang menjadi mitra YouTube, dalam mendapatkan pendanaan dari sponsor untuk episode berikutnya, atau

dikembangkan menjadi program TV reguler.

Salah satu kunci sukses menjadi mitra YouTube adalah dengan selalu mengunggah materi baru setiap hari. Materi yang diunggah secara berkala adalah sesuatu yang mutlak dalam media *online*. Pembuat *web series* harus memiliki materi baru pada setiap pekan atau setiap hari, apa pun formatnya. Bila secara konsisten materi diunggah secara terjadwal, maka akan terbentuk kebiasaan dari para penonton. Jika gagal membuat kebiasaan itu, maka penonton akan meninggalkan *web series* karena memiliki pilihan hiburan yang semakin beragam.

Pembuat *web series* yang sukses dapat mengidentifikasi penonton dengan kuat dan materi subyek dari pertunjukannya. Pembuat *web series* harus mendengarkan penonton dan membuat perubahan berdasarkan *feedback* dari mereka. Dengan menyampaikan pelbagai hal yang relevan dengan penontonnya, juga membawa penonton ke dalam materi produk, sebenarnya mendefinisikan penonton yang menjadi tujuan komunikasi tersebut [4].

Web series tidak hanya berupa tayangan hiburan, tapi juga dapat berbentuk *sharing* informasi mengenai suatu permasalahan, reportase berita, kegiatan lokal, atau apa pun yang menimbulkan keranjingan atas sesuatu. Cara paling

baik untuk mengikutsertakan penonton adalah berbicara kepada mereka seperti kawan sebaya tentang minat bersama. Untuk memproduksi *web series* bisa dimulai dari keunikan sumber daya yang bisa diakses, bisa berupa lokasi yang unik, teman-teman yang lucu, mobil tua yang menganggur di garasi, atau sesuatu dari pengalaman hidup yang menarik untuk dibagikan.

Memproduksi *web series* membutuhkan penggabungan dua hal, yaitu film independen dan teknik produksi program TV. Beberapa *web series* diproduksi dalam satu tahapan produksi yang mencakup kebutuhan satu musim. Namun dalam *web series* yang lain proses produksi satu episode dengan episode yang lain dikerjakan dalam satu rangkaian kerja paralel layaknya program TV reguler.

Dari sisi teknik bercerita, *web series* dapat dikatakan berbeda dari cerita dikembangkan untuk media lain, terutama TV. Perbedaannya ada pada inovasi narasi yang partisipatif dan menggunakan berbagai teknologi berbasis *web* dalam mengembangkan konsep *story-line*. Diantara pembuat *web series*, mengaburkan realitas dan fiksi dengan cara yang menarik, adalah cara memberikan alternatif tontonan yang baru dan unik bagi penonton [5].

Beberapa perbedaan *web series* dengan media lainnya adalah:

1. Distribusi internasional

Melalui jaringan internet dan tersedianya media sosial berbasis video memungkinkan pembuat *web series* melakukan distribusi secara mandiri dan menjangkau penonton dari seluruh dunia dengan biaya yang relatif murah. Selain itu pemanfaatan konsep transmedia juga dapat mengoptimalkan distribusinya.

2. Penonton yang terlibat aktif

Dengan memanfaatkan media sosial sebagai jaringan distribusi, konsep transmedia memungkinkan promosi dalam beragam platform digital. Pembuat *web series* memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan penonton, mendapatkan *feedback* seketika itu juga, bahkan melibatkan penonton untuk produksi episode berikutnya.

3. *Storytelling* yang berkelanjutan

Format serial memberikan keleluasaan bagi pembuat *web series* untuk mengembangkan materi videonya, baik dalam penambahan jumlah episode maupun pengembangan materi dalam alternatif format yang lain, misalnya program TV atau *movie*.

4. Peluang pendanaan

Web series yang memiliki jumlah penonton yang besar memberi peluang bagi pembuatnya untuk mendapatkan pola pendanaan dari pihak ketiga, mulai dari *sponsorship*, kerjasama iklan, atau pendanaan dari *production house* atau stasiun TV.

5. Tidak adanya aturan baku

Pembuat *web series* mendapat otoritas yang sangat besar dalam berkreasi. Hal ini dimungkinkan karena pembuat adalah pemilik dan penentu dalam segala hal menyangkut *web series* yang diproduksinya. *Web series* adalah media yang sedang berkembang dan terus berubah, merupakan industri baru dengan panduan yang terbatas dan aturan yang minim.

2.2 Perkembangan *Web Series* di Indonesia

Web series di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 2012 dengan berdirinya Komunitas *Web Series* Indonesia (KWSI). KWSI adalah sebuah wadah bagi para kreator video *online* di Indonesia yang terdiri atas pembuat film pendek, musisi, *vlogger* (*video blogger*), dan lain-lain. Beberapa pendiri KWSI adalah Dennis Adishwara yang berprofesi sebagai pembuat film dan aktor, Camelia Jonathan seorang musisi, dan Bonni Rambatan seorang pembuat *web series*.

KWSI aktif sebagai forum di Facebook, dan secara rutin mengadakan acara pertemuan dengan anggotanya di berbagai kota. KWSI melihat besarnya potensi *web series* ini dapat menjadi penyeimbang untuk industri pertelevisian nasional, selayaknya *scene* musik *indie* menjadi penyeimbang *scene* industri

musik, ataupun film *indie* sebagai penyeimbang industri film nasional. Anggota KWSI saat ini tercatat sebanyak 453 orang, dengan komposisi 70 persen adalah para pembuat *web series* dan sisanya adalah para penggemar *web series*.

Salah satu *web series* karya Dennis Adhiswara adalah saat dia menjadi pemandu acara untuk program sulap menghilangkan tugu Monas pada Oktober tahun 2011. Video berdurasi lima menit itu kemudian diunggah ke YouTube melalui *channel* Layaria miliknya dan sudah ditonton lebih dari 10 ribu penonton. Pegiat KWSI lain, Diwantara Anugerah Putra melalui *channel* TaraArtsMovie, mengunggah program beragam tutorial membuat efek visual film. Salah satu tutorialnya adalah tentang cara membuat efek tiga dimensi v-ray yang diunggah ke YouTube pada November 2011 telah ditonton oleh lebih dari 200 ribu orang.

Akan tetapi capaian tertinggi pembuat *web series* di Indonesia adalah Raditya Dika dengan *web series* dengan format film pendek berjudul 'Malam Minggu Miko'. Dua episode pertama yang diproduksi pada Desember 2012 yaitu episode 'Nissa' dan 'Miranda' mendapat sambutan luas dari pengguna YouTube di Indonesia. Dalam waktu kurang lebih satu bulan, *web series* ini mendapatkan penonton hingga 500 ribu orang, hingga

akhirnya lanjutan serial ini diproduksi oleh Kompas TV.

Setelah satu tahun Kompas TV telah memproduksi 'Malam Minggu Miko' dan 'Malam Minggu Miko 2' masing-masing sebanyak 26 episode. Walaupun sudah tayang di televisi, serial ini tetap diunggah secara berkala di *channel* milik Raditya Dika. Jumlah penonton *web series* ini di YouTube untuk tiap episode bervariasi antara 240 ribu hingga 1,5 juta penonton. Jumlah *subscriber channel* menurut data tanggal 11 Desember 2013 telah mencapai 1.131.971. Jumlah pelanggan ini adalah yang tertinggi untuk *channel* milik orang Indonesia di YouTube. Karena keberhasilan dan tingkat kepopulerannya yang tinggi, maka *web series* 'Malam Minggu Miko' dijadikan studi kasus dalam penelitian ini.

3. ANALISIS WEB SERIES 'MALAM MINGGU MIKO'

Untuk mengukur tingkat kepopuleran *web series* 'Malam Minggu Miko' dilakukan kuisioner dengan responden para pelajar. Dari kuisioner yang dibagikan kepada 80 pelajar SMP dan SMA yang berdomisili di kota Bandung, dengan pertanyaan "Apakah kamu pernah menonton serial 'Malam Minggu Miko' di YouTube?", remaja putra yang menjawab "YA" adalah 29 dari 40 responden atau 72,5%, sedangkan remaja putri yang menjawab "YA" adalah

27 dari 40 responden atau 67,5%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar remaja di Bandung yaitu 70% dari responden pernah menonton serial 'Malam Minggu Miko' sebagai salah satu bentuk *web series* produksi Indonesia di YouTube.

Untuk yang pernah menonton 'Malam Minggu Miko', diajukan pertanyaan, "Apakah kamu menyukai serial 'Malam Minggu Miko'?", dan yang menjawab "YA" untuk remaja putra adalah 25 dari 29 responden atau 86%, sedangkan remaja putri adalah 23 dari 27 responden atau 85%. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa 'Malam Minggu Miko' sebagai *web series* disukai oleh remaja Bandung.

'Malam Minggu Miko' adalah serial komedi yang bercerita tentang pengalaman *absurd* Miko (Raditya Dika) dengan teman baiknya Rian (Ryan Adriansy) dan pembantunya Mas Anca (Hadian Saputra) dalam menghadapi setiap malam minggu. Miko juga memiliki seekor kucing bernama Morganissa. Miko adalah mahasiswa yang setiap malam minggu berupaya mendekati gadis yang berbeda untuk dijadikan pacar. Namun semua upaya yang dilakukannya dengan dukungan penuh dari Rian, selalu berakhir dengan *sad ending*. Tingkah Miko dan Rian yang konyol ternyata juga diikuti oleh Mas Anca, pembantu Miko yang juga tinggal

di rumah itu. Seperti Miko dan Rian, Mas Anca juga memiliki kekonyolannya sendiri.



Gambar 1. Potongan adegan *web series* 'Malam Minggu Miko Episode Nissa' (Sumber: <http://www.youtube.com>)

Dari aspek penokohan, Miko adalah laki-laki polos dan naif yang mudah dipengaruhi Rian. Rian adalah laki-laki sok tahu yang sebenarnya mirip Miko. Begitu juga Mas Anca, sosok pembantu di rumah Miko yang polos dan naif. Pemain lebih sering menggunakan pakaian rumah, dan kostum gaul atau jalan-jalan dengan *make up* yang wajar. Lokasi yang paling sering dipakai adalah rumah, café, taman, dan jalan. Adapun setting waktu yang digunakan adalah tahun 2012 dan 2013 di Jakarta. Untuk konsep visual, *web series* ini menggunakan sinematografi *indie* dengan pendekatan *mockumentary*, kamera lebih banyak bergerak dinamis dengan tata cahaya minimalis. Konsep ini mencoba menggambarkan suasana secara lebih jujur dan apa adanya.

'Malam Minggu Miko' berformat film pendek dengan durasi kurang dari 10 menit dan menggunakan struktur 3

babak. Plot utama adalah kisah Miko dan gadis-gadis yang didekatinya, dengan sub plot kisah Rian dan Mas Anca.

‘Malam Minggu Miko’ adalah salah satu kisah yang seolah ingin memandu remaja untuk melalui kegalauan masa mudanya dengan cara yang *absurd* dan ringan. *Web series* ini mengangkat karakter yang ringan, walaupun sudah berkali-kali gagal mendekati lawan jenis namun tetap optimis dan tak menyerah. Di satu sisi, seolah mengajarkan remaja untuk menjadi orang yang tidak serius dan naif, tapi di sisi lain dengan pendekatan komedi, juga mengangkat pesan tentang usaha yang tak pernah menyerah dan jujur pada apa yang dimiliki.

Tabel 1 adalah analisis unsur-unsur visual *web series* ‘Malam Minggu miko’ didasarkan pada kajian tentang menganalisis sebuah film menurut Joseph M. Boggs. Analisis ini meliputi aspek – aspek yang berhubungan dengan kualitas sinematik, teknik *editing*, sudut pandang kamera, dan tata cahaya.

Kualitas sinematik *web series* ‘Malam Minggu Miko’ tergolong baik, dengan gambar yang dihasilkan terasa hidup, dinamis, dan objek penting mendapat sorotan yang dominan. Dengan teknik kamera yang selalu bergerak dan dinamis mengikuti tokohnya, perhatian penonton menjadi lebih fokus.

Tabel 1. Analisis Kualitas Sinematik

Unsur yang Dianalisis	Penjelasan
Pergerakan gambar, irama visual, dan ilusi kedalaman	Gambar tetap hidup dan posisi kamera yang selalu bergerak. Ilusi kedalaman tercipta melalui karakter yang selalu bergerak maju ke arah kamera.
Peran kamera	Kamera membangun suatu komunikasi yang jelas, kuat dan efektif dari adegan-adegan dramatik dengan cara yang wajar.
Metode-metode untuk mengarahkan perhatian pada obyek terpenting	Menggunakan teknik kamera yang selalu bergerak dan mengatur blur/fokus sehingga obyek yang terpenting selalu mendapat perhatian dari penonton.
Tampilan layar	Sutradara berhasil menjaga supaya layar tetap hidup dengan menghindari bidang-bidang layar mati yang besar.

Kualitas sinematik *web series* ‘Malam Minggu Miko’ sepenuhnya mengadopsi pendekatan produksi film *indie* atau film pendek dengan salah satu cirinya adalah kamera selalu bergerak mengikuti tokoh. Kamera aktif bergerak untuk menghasilkan gambar yang dinamis dan hidup.

Teknik *editing web series* ‘Malam Minggu Miko’ berjalan mulus dan sederhana dengan penggunaan efek transisi yang

tepat sehingga kesinambungan dan keterpaduan gambar tetap terjaga. Tidak ada bagian yang terlalu panjang dan membosankan. Tidak ada bagian yang perlu dibuang karena semua bagian sudah berfungsi efektif.



Gambar 2. Gambar-gambar yang Hidup dan Dinamis
(Sumber: <http://www.youtube.com>)



Gambar 3. Pendekatan *Mockumentary*
(Sumber: <http://www.youtube.com>)

Pilihan sudut pandangan sinematik *web series* ‘Malam Minggu Miko’ yang memakai pendekatan *mockumentary*. Pendekatan ini memberikan efek intim. Pendekatan yang sesuai dengan karakter *web series*, yaitu bersifat personal karena ditonton secara individual melalui komputer atau *smartphone*.

Kualitas tata cahaya *web series* ‘Malam Minggu Miko’ mengacu pada karakteris-

tik tata cahaya film komedi yaitu tata cahaya *high key* yang bersifat langsung, tajam, dan mencolok. Walaupun dalam beberapa bagian, penggunaan tata cahaya sangat minimalis terutama di luar ruangan.

Tabel 2. Analisis *Editing*

Unsur yang Dianalisis	Penjelasan
Teknik <i>editing</i>	Editor bekerja efektif melalui penggunaan efek transisi yang tepat sehingga kesinambungan dan keterpaduan gambar tetap terjaga.
Gaya <i>editing</i>	<i>Editing</i> dalam film ini mulus dan sederhana. Tidak ada bagian yang terlalu panjang. Tidak ada bagian yang perlu dibuang.
Efek penyusunan gambar	Efek realis dimana durasi film yang pendek dapat dirasakan berjalan dengan mulus.
Kecepatan sambungan dan sifat emosional adegan	Kecepatan sambungan dan sifat emosional adegan saling mendukung sehingga efek yang diharapkan tercapai.
Efektivitas gambar yang ditampilkan untuk mendukung cerita	Tidak ada bagian yang terlalu panjang dan membosankan. Tidak ada bagian yang perlu dibuang karena semua bagian sudah berfungsi baik.

Tabel 3. Analisis Sudut Pandangan Sinematik

Unsur yang Dianalisis	Penjelasan
Sudut pandang	Sebagian besar adegan menggunakan sudut pandangan obyektif. Namun pada adegan saat Miko dan Rian berbicara ke arah kamera, penonton merasa dirinya peserta dalam peristiwa.
Teknik visual khusus	Terdapat teknis khusus dalam adegan Miko menangis saat baru putus dari pacarnya. Teknik yang digunakan adalah memasukkan gambar masa lalu ke dalam adegan masa sekarang.
Posisi kamera	Teknik kamera yang digunakan adalah <i>mockumentary</i> dimana tokoh dalam film berbicara langsung kepada kamera (kamera menjadi bagian dari cerita).
Gambar yang efektif	Setiap gambar yang muncul ditampilkan dengan sudut pengambilan yang beragam dan teknik kamera yang terus bergerak sehingga memberi kesan dinamis.
Efek visual	Efek visual yang dihadirkan adalah berusaha menampilkan gambar-gambar yang sederhana dan terkesan dokumenter karena konsep film ini adalah <i>mockumentary</i> .

Tabel 4. Analisis Tata Cahaya

Unsur yang Dianalisis	Penjelasan
Karakterisasi tata cahaya	Karakteristik tata cahaya film ini adalah langsung, tajam, dan mencolok (tata cahaya <i>high key</i>).
Tata cahaya dan sifat emosional	Tata cahaya ditampilkan minimalis.
Efektivitas tata cahaya	Dalam adegan-adegan di dalam ruangan sehingga tercipta kesan cerah.

Gambar 4. Tata Cahaya *High Key*
(Sumber: <http://www.youtube.com>)

4. KESIMPULAN

Memproduksi *web series* membutuhkan penggabungan dua hal yaitu film indie dan teknik produksi program TV. Sebagai sebuah film pendek atau film indie yang diproduksi dengan anggaran yang terbatas, kualitas sinematik *web series* 'Malam Minggu Miko' sudah cukup baik karena secara umum gambar-gambar yang dihasilkan terasa hidup, dinamis, dan objek yang ditonjolkan mendapat

sorotan yang dominan. Pendekatan film indie terasa dominan dengan teknik kamera yang selalu bergerak dan dinamis mengikuti tokohnya (*hand held*), dimana tidak digunakan alat bantu seperti *dolly* atau *crane*.

Teknik *editing web series* 'Malam Minggu Miko' berjalan mulus dan sederhana dengan penggunaan efek transisi yang tepat sehingga kesinambungan dan keterpaduan gambar tetap terjaga. Tidak ada bagian yang terlalu panjang dan membosankan. Selain itu tidak terdapat penggunaan efek visual yang berlebihan pada gambar.

Pilhan sudut pandangan sinematik *web series* 'Malam Minggu Miko' yang menggunakan pendekatan *mockumentary* adalah pilihan yang tepat. Walaupun pendekatan ini belum banyak digunakan dalam film produksi Indonesia, namun kepeloporan 'Malam Minggu Miko' berhasil membawa efek ceritanya menjadi lebih kuat. Pendekatan *mockumentary* memberikan efek keintiman, dimana *web series* adalah media yang bersifat lebih personal karena ditonton secara individual melalui komputer atau *smartphone*.

Kualitas tata cahaya *web series* 'Malam Minggu Miko' mengacu pada karakteristik tata cahaya film komedi yaitu tata cahaya *high key* yang bersifat langsung, tajam, dan mencolok. Walaupun dalam beberapa bagian, penggunaan tata

cahaya sangat minimalis terutama di luar ruangan, yang mungkin disebabkan keterbatasan anggaran produksi. Namun secara umum gambar yang dihasilkan masih layak secara teknis sehingga tidak mengurangi kenyamanan menonton.

Keberhasilan *web series* 'Malam Minggu Miko' tak lepas dari kejelian kreatornya dalam memadukan konsep film indie atau film pendek dengan teknik produksi program TV reguler. Dengan demikian 'Malam Minggu Miko' pantas menjadi salah satu ikon *web series* yang berhasil dan menjadi acuan bagi kreator *web series* lainnya.

6. PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis berterima kasih kepada Salman Films dan Forum Filmmaker Pelajar Bandung atas dukungannya dalam penelitian ini.

Penulis berterima kasih kepada Pengelola Bea Siswa Unggulan Biro Perencanaan dan Kerjasama Luar Negeri Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI yang telah membiayai penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Austin, Tricia (2007) *New Media Design*, Laurence King Publishing, UK
- [2] Williams, Dan (2012) *Web TV Series: How to make and market them*, Creative Essentials, Croydon, UK
- [3] Boggs, Joseph M. (1992) *Cara*

Menilai Sebuah Film, Yayasan Citra,
Jakarta

[4] Burton, Graeme. (2008) *Yang Tersembunyi di Balik Media*, Jalasutra,
Yogyakarta

[5] Miller, Carolyn Handler (2008)
Digital Storytelling, Focal Press, Oxford,
UK

