

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN STUDI EKSISTING**

#### **2.1 Tinjauan Gambaran Umum Kota Surabaya**

##### **2.1.1 Geografis kota Surabaya**

Kota Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara geografis kota Surabaya, terletak di 07° 9' s.d 07° 21' Lintang Selatan dan 112° 36' s.d 112° 54' Bujur Timur. Wilayah kota Surabaya merupakan daerah daratan rendah dengan ketinggian 3-6 meter diatas permukaan air laut, kecuali di sebelah selatan ketinggian 25- 50 meter diatas permukaan air laut. Kota Surabaya memiliki luas wilayah ± 326,81 km<sup>2</sup> dan terbagi menjadi 31 kecamatan dan 154 kelurahan. Wilayah kota Surabaya bagian timur berbatasan dengan selat Madura, bagian selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo dan bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Gresik (Surabayakota.bps.id, diakses tanggal 21/12/2021).

##### **2.1.2 Keadaan penduduk kota Surabaya**

Surabaya adalah kota metropolitan di Jawa Timur. Kepadatan penduduk di kota metropolitan seperti Surabaya, jika tidak dikelola dengan baik, akan menimbulkan banyak masalah ekonomi, sosial, ketahanan pangan dan lainnya. Setiap tahunnya, Dinas Kependudukan dan Pencacatan Sipil Kota Surabaya mencatat data kepadatan penduduk di Kota Surabaya yang dikelompokkan berdasarkan kecamatan dan jenis kelamin. Dari hasil registrasi tersebut, menunjukkan bahwa pada tahun 2020 jumlah penduduk Kota Surabaya mencapai 3.157.126 jiwa. Tidak semua penduduk yang tinggal di Kota Surabaya berasal dari Surabaya. Menurut data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, pada tahun 2020 ini, setidaknya ada 25.723 penduduk yang berasal dari luar Kota Surabaya (Surabaya.go.id, diakses tanggal 21/12/2021).

##### **2.1.3 Keadaan pertanian kota Surabaya**

Sebagai kota perdagangan dan jasa, kontribusi sektor pertanian di Kota Surabaya sangat minim, karena keterbatasan lahan yang beralih fungsi di perkotaan, serta beralihnya mata pencaharian dari petani ke sektor yang menguntungkan dari segi ekonomi. Produksi beras di Surabaya pada tahun 2020 sebesar 12.042,85 ton yang terdiri dari padi sawah 11.909,77 ton dan padi gunung 133,08 ton. Dibandingkan tahun 2019, total produksi padi sawah meningkat dari 9.128,06 ton menjadi 11.909,77 ton pada 2020. Berbeda dengan total produksi padi gunung yang meningkat dari 557,15 ton pada 2019 menjadi 133,08 ton pada

2020. Pada saat yang sama, produksi jagung meningkat dari 109,88 ton menjadi 230,35 ton pada tahun 2020 (Surabaya.go.id, diakses tanggal 21/12/2021).

Selain makanan pokok, ada juga berbagai jenis sayuran dan buah-buahan. Luas panen budidaya sayuran pada tahun 2020 sebesar 461 ha, jumlah tersebut mengalami penurunan dibandingkan tahun 2019 yang sebesar 579 ha. Sayuran yang ditanam di Surabaya antara lain lombok, tomat, bayam, sawi, kangkung dan buah-buahan antara lain garbis, melon dan semangka. Jumlah sayuran yang dipanen pada tahun 2020 adalah 1.107,8 ton, di antaranya 307,3 ton adalah Lombok; 296,1 ton tomat; 46,5 ton bayam; 29,4 ton sawi; 108,3 ton kangkung; dan 320,2 ton garbis, melon dan semangka (Surabaya.go.id, diakses tanggal 21/12/2021).

## **2.2 Tinjauan Tentang *Urban Farming***

### **2.2.1 Definisi *Urban Farming***

Pertanian perkotaan atau *urban farming* adalah kegiatan pengolahan dan distribusi pangan dengan melakukan budidaya tanaman secara intensif di daerah perkotaan dan sekitarnya dengan menggunakan sumber daya alam dan limbah dari perkotaan untuk dapat memperoleh hasil panen. Bentuk *urban farming* sendiri meliputi pertanian kecil yang intensif, pemanfaatan lahan kecil, *rooftop garden*, rumah kaca disekolah, serta produksi sayuran dalam ruang vertikal (Fauzi et al. 2016 : 49).

Dalam (Kharima et al. 2021 : 31) menjelaskan definisi pertanian perkotaan atau *Urban farming* secara umum yaitu suatu kegiatan yang menggunakan sumber daya hayati yang menghasilkan komoditas pangan, bahan baku, dan energi yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat perkotaan dan pinggir kota. *Urban farming* merupakan suatu kegiatan pertanian yang dilaksanakan di lingkungan perkotaan dan salah satu bentuk dari Ruang Terbuka Hijau ( RTH ) yang memiliki hasil nilai ekonomis serta ekologis.

Pengertian lain *urban farming* menurut Bareja dalam Widyanti Nugraheni (2013 : 5) *Urban farming* merupakan kegiatan membudidayakan tanaman dan memelihara hewan ternak didalam atau disekitar wilayah kota untuk memperoleh bahan pangan atau komoditas pangan serta menambah finansial, termasuk didalamnya proses hasil panen, pemasaran, dan distribusi produk *urban farming*.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan pengertian *urban farming* atau pertanian perkotaan merupakan pertanian yang dilakukan di kawasan perkotaan yang dimana memiliki keterbatasan lahan, namun disisi lain memiliki potensi ekonomi yang menjajikan dikarenakan hasil *urban farming* bisa dijual untuk menambah finansial ekonomi. Selain itu, *urban farming* memiliki manfaat untuk memperbaiki ekologi atau lingkungan pada kawasan tersebut.

### **2.2.2 Peranan *Urban Farming***

Peranan dan fungsi dari *urban farming* yaitu untuk memudahkan masyarakat menggunakan bahan pangan yang lebih ekonomis sehingga bisa membantu dalam ketahanan pangan masyarakat itu sendiri. Dan juga bedasarkan konferensi tingkat tinggi *Food and Agriculture Organisation* ( FAO ) tentang ketahanan pangan yang dilaksanakan di roma pada tahun 2008, *urban farming* secara tidak langsung berdedikasi terhadap ketahanan pangan, peningkatan gizi, dan kesejahteraan kehidupan masyarakat. Hal tersebut mengarah ke 3 aspek tujuan yaitu keberlanjutan produksi pasokan pangan, memajukan ekonomi-sosial, serta pengolahan sumber daya alam yang berkelanjutan (Kharima et al. 2021 : 32).

Jika ditinjau dari aspek ekonomi pernanan *urban farming* memiliki banyak keuntungan yaitu memperkuat ekonomi masyarakat, membuka lapangan kerja baru, meningkatkan penghasilan masyarakat dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dengan *urban farming* masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pangan sendiri dan kebutuhan uang masyarakat akan banyak digunakan untuk kepentingan lain nya (Fauzi et al. 2016 : 51). Jika ditinjau dari aspek ekologi perkembangan *urban farming* dapat memberikan berbagai manfaat bagi lingkungan yaitu konservasi sumber daya tanah dan air, memperbaiki kualitas udara, menciptakan iklim mikro sehat, memberikan keindahan bagi kota, dan sebagai upaya mitigasi terhadap perubahan iklim (Setiawan & Rahmi, 2004 : 37).

### **2.2.3 Model Penerapan *Urban Farming***

Dalam penelitian (Parsudi dan Damaijanto, 2019 : 39), menjelaskan bahwa *Urban farming* atau pertanian kota memiliki berbagai model dalam penerapannya, antara lain sebagai berikut :

#### **➤ Hidroponik**

Hidroponik merupakan salah satu budidaya pertanian tanpa menggunakan media tanah sebagai pertumbuhan tanaman, sehingga medium yang digunakan dalam hidroponik adalah

menggunakan air. Sistem becocok tanam secara hidroponik tidak memerlukan lahan yang luas dalam pelaksanaannya maka dari itu hidroponik dapat memanfaatkan lahan yang sempit. Sistem hidroponik sendiri dapat dilaksanakan dalam pekarangan rumah, atap rumah, lahan rumah, maupun lahan yang lainnya. Dan pada umumnya tanaman yang dibudidayakan meliputi tanaman sayuran dan buah-buahan yang masa panennya semusim.



**Gambar 2.1** Hidroponik  
( Sumber : dokumen pribadi )

### ➤ **Aquaponik**

Aquaponik dapat diartikan sebagai penggabungan antara budidaya akuakultur (ikan) dengan budidaya hidroponik (tanaman). Sistem akuaponik mengadopsi sistem ekologi alamiah yang dimana terdapat simbiosis mutualisme antara ikan dan tanaman. Dalam aquaponik ekskresi hewan diberikan ke tanaman melalui proses alami agar dipecah menjadi nitrat dan nitrit yang bermanfaat bagi tanaman itu sendiri sebagai nutrisi. Aquaponik memanfaatkan kekuatan *bio-integrated* yaitu saling menukar limbah ikan sebagai makanan bakteri, lalu dikonversi menjadi pupuk yang berguna untuk tanaman dan mengembalikan air menjadi bersih dan aman untuk ikan.



**Gambar 2.2** Aquaponik  
( Sumber : <https://www.rumah.com/panduan-properti/aquaponik-30303> )

### ➤ **Vertikultur**

Vertikultur terdapat dua kata dari bahasa Inggris yaitu *vertical* dan *culture*. Vertikultur adalah sebuah teknik bercocok tanam di lahan sempit yang memanfaatkan bidang vertikal sebagai tempat bercocok tanam dan dilakukan secara bertingkat. Tujuan dari vertikultur yaitu untuk memanfaatkan lahan yang sempit secara optimal. Sistem dari bertanam vertikultur memang terlihat rumit akan tetapi sebenarnya sangat mudah tergantung model dan sistem tambahan yang dipergunakan. Sederhananya struktur dasar vertikultur yang digunakan tidak sulit dan bahan pembuatannya mudah ditemukan, sehingga mudah diterapkan di rumah warga. Untuk tanaman yang dibudidayakan biasanya berupa tanaman yang memiliki ekonomi tinggi, tanaman semusim khususnya sayuran, serta tanaman dengan sistem akar pendek.



**Gambar 2.3** Vertikultur

( Sumber : <https://starfarm.co.id/teknik-vertikultur/> )

#### **2.2.4 Urban Farming di Surabaya**

Dalam (Belinda & Rahmawati, 2017 : 511), penambahan ruang terbuka hijau di Surabaya berupa *urban farming* rencananya akan dibangun seluas 26,35 Ha yang dijelaskan dalam musyawarah Perancangan Pembangunan kota Surabaya tahun 2019 oleh Pemerintah Kota Surabaya yang menyoal pada RPJMD Kota Surabaya. *Urban farming* di kota Surabaya dilaksanakan untuk menanggulangi kemiskinan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Surabaya.

Model *urban farming* yang banyak dipraktikkan masyarakat kota Surabaya adalah hidroponik, vertikultur, dan roof garden. Motivasi masyarakat Surabaya dalam melakukan *urban farming* kebanyakan adalah untuk menambah pendapatan, memanfaatkan lahan kosong,

menyalurkan hobi bertanam, dan pemanfaatan ruang terbuka hijau (RTH). Keterbatasan atau permasalahan yang dihadapi masyarakat kota dalam melaksanakan *urban farming* terutama penyakit tanaman, kurangnya modal untuk pembangunan, kendala akibat kondisi cuaca yang ekstrim, dan kurangnya pengalaman dan pengetahuan tentang *urban farming* (Parsudi & Damaijanto, 2019 : 46).

## **2.3 Tinjauan Tentang Video Dokumenter**

### **2.3.1 Pengertian Video Dokumenter**

Video dokumenter adalah sebuah media audio visual yang menyajikan sebuah suara dan gambar yang dapat menggait audien agar tertarik untuk mempelajari fenomena yang terjadi dengan materi pengkajian yang berhubungan dengan suatu usaha dalam eksplorasi investigasi dari masyarakat, pelaku yang nyata, dan suatu peristiwa yang terjadi (Redha, et al. 2016 : 125).

Menurut Frank Breaver, Dokumenter merupakan sebuah film yang menceritakan suatu kehidupan nyata yang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Film dokumenter biasanya direkam di suatu lokasi yang nyata, tidak menggunakan aktor dan fokus temanya ada pada subyek-subyek seperti, ilmu pengetahuan, sejarah, sosial, ataupun lingkungan. Tujuan dasarnya yaitu untuk memberikan pencerahan, informasi, mengajak, dan memberikan edukasi wawasan (Thasya & Astuti, 2021 : 17).

Sedangkan menurut Himawan Prasista (2008 : 4) Video dokumenter tidak menciptakan suatu peristiwa atau suatu kejadian, melainkan merekam peristiwa yang benar-benar terjadi. Berbeda dengan film fiksi, dokumenter tidak memiliki plot, tetapi struktur yang biasanya didasarkan ada pada topik atau plot pembuat film dokumenter. Struktur betutur video dokumenter umumnya sederhana dengan tujuan untuk memudahkan penonton dalam memahami dan mempercayai fakta yang disajikan. Dokumenter dapat digunakan untuk berbagai macam maksud dan tujuan seperti: informasi atau berita, biografi, ilmu pengetahuan, pendidikan, sosial, bisnis, propaganda, dan lain sebagainya.

Sebuah video dokumenter juga menggambarkan pandangan atau prespektif penulis tentang suatu kenyataan. Kunci utama untuk setiap dokumenter adalah penyajian fakta. Pada umumnya, video dokumenter memuat topik yang sudah diketahui publik dan dibahas secara mendalam, atau mengangkat topik yang belum banyak diketahui orang tetapi memiliki nilai penting. Topik yang biasanya diangkat tentu tidak semuanya akan terasa penting, sehingga sebuah video dokumenter harus mampu menarik penonton. Dokumenter yang baik dapat

mendidik penonton dan mengubah isu-isu yang digambarkan dalam video dokumenter dengan lebih baik.

### **2.3.2 Keunggulan Video Dokumenter**

Video dokumenter merupakan rekaman realitas atau kenyataan dan untuk mendukungnya diperlukan 5 (lima) persyaratan yang wajib dipenuhi agar dapat digolongkan ke dalam jenis video dokumenter, yaitu :

- Harus menceritakan kisah nyata yang tidak didramatisasi.
- Menyajikan bukti yang nyata.
- Tidak mengarang kebenaran.
- Bersifat objektif.
- Semaksimal mungkin menunjukkan bukti nyata dalam konteksnya.

Kelima persyaratan tersebut agar dapat digolongkan ke dalam jenis dokumenter dan dapat pula dijadikan sebagai kelebihan dari dokumenter. Selain itu Video dokumenter memiliki kelebihan dalam tanggung jawab yang terdapat pada informasi yang disajikan kepada audien. Karena audien akan menerima secara langsung sebuah informasi yang berasal dari narasumber dalam menyampaikan suatu penjelasan (Henrik & Deli, 2021 : 7). Menurut (Andriani, Sahabuddin, & Azis, 2016 : 62), Dokumenter memiliki beberapa kelebihan sebagai media informasi dan edukasi adalah sebagai berikut :

- Memiliki kemampuan audio visual yang berupa visual, audio, dan gerak.
- Memiliki efek yang menarik
- Dapat ditonton secara terus menerus jika dipandang perlu dan dapat menggambarkan suatu proses secara cepat.
- Mendorong dan meningkatkan motivasi serta menanamkan moral, sikap, edukasi dan sebagainya.

### **2.3.3 Tipe-Tipe Dokumenter**

Menurut Bill Nichols (2001 : 99), menjelaskan mengenai tipe-tipe dari dokumenter, sebagai berikut :

**a) *Poetic Mode***

*Poetic Mode* cenderung mempunyai interpretasi subjektif dalam subjek-subjeknya. Pendekatan berdasarkan jenis ini mengabaikan kandungan isi penceritaan tradisional yang cenderung menggunakan karakter individu dan fenomena yang harus dikembangkan.

**b) *Expository Mode***

*Expository Mode* didalamnya memuat narasi ( *voice over* ) yang dipadukan dengan rangkaian gambar yang dimasukkan yang bertujuan agar lebih deskriptif dan informatif. Narasi itu sendiri ditujukan langsung pada penonton dan menawarkan sejumlah fakta dan argumen, yang ilustrasinya didapatkan dari shot-shot yang disisipkan.

**c) *Observational Mode***

Tipe *observasional* pembuatan filmnya menolak untuk campur tangan dalam objek dan peristiwa. Mereka mencoba bersikap netral dan tidak menilai subjek atau fakta. Tipe ini juga menolak untuk menggunakan narasi, komentar dari luar ruang narasi (*voice over*), wawancara, dan bahkan naskah panjang yang menjelaskan adegan tersebut. Penekanannya adalah pada penggambaran secara akurat bagian-bagian dari kehidupan manusia atau secara langsung menunjukkan gambaran kehidupan manusia. Metode ini digunakan sebagai pengamatan sederhana agar peristiwa-peristiwa terungkap di hadapannya. dari pembuat film. Dalam bahasa sederhana, pembuat film tidak mencampuri topik atau peristiwa yang ada di hadapannya dan hanya merekam dengan kamera.

**d) *Participatory Mode***

*Participatory mode*, pembuat film lebih terlibat dalam peristiwa dan berinteraksi dengan subjeknya. Aspek utama dari dokumenter *participatory* adalah wawancara, terutama dengan subjeknya sehingga komentar dan tanggapan langsung dapat diperoleh dari narasumber. dengan demikian narasumber dalam film tersebut bisa mengungkapkan pendapat dan pandangan mereka tentang masalah yang diangkat oleh pembuat film.

**e) *Reflexive Mode***

Tipe *Reflexive* ini lebih berfokus pada bagaimana film itu dibuat, yang berarti bahwa penonton dibuat sadar akan unsur-unsur film dan proses pembuatan film, yang justru

menjadi titik perhatian. Tujuannya untuk membuka sebuah kebenaran lebih lebar kepada penontonnya.

#### **f) *Perfomative Mode***

Tipe *performative*, dimana tipe ini mengalihkan perhatian penonton dari “dunia” yang diciptakan dalam film. Di sisi lain, menarik perhatian penonton pada ekspresifitas film itu sendiri, tujuannya adalah untuk menggambarkan dunia film secara tidak langsung dalam pembuatan film dan juga untuk menciptakan suasana dalam film yang cukup kental. Subjek dan peristiwa tersebut digarap dengan baik dan terasa lebih hidup sehingga penonton dapat merasakan pengalaman dari peristiwa yang berlangsung.

Dalam hal ini, tugas akhir perancangan video dokumenter akan menggunakan tipe dokumenter *expository mode*. Karena didalam *expository* terdapat penjelasan narasi (*voice over*) dan pendapat-pendapat informasi dari wawancara narasumber dengan tujuan untuk mendapatkan data informatif dan deskriptif tanpa di rekayasa. Menurut Bill Nichols (2001 : 107) Dalam dokumenter gaya *expository*, gambar disusun untuk membantu pendapat yang disajikan oleh narasi. Untuk itu, gambar-gambar tersebut disusun menurut narasi yang dibuat dengan prioritas tertentu. Dalam banyak kasus, kehadiran narasi atau *voice over* sangat penting. Misalnya, jika gambar dianggap tidak pantas atau tidak memberikan informasi yang cukup tentang apa yang akan disampaikan.

## **2.4 Sinematografi**

Bambang Semedhi menjelaskan dalam (Andriani, Sahabuddin, & Azis, 2016 : 62) sinematografi merupakan kata serapan dari bahasa inggris yaitu “*Cinematography*” yang berasal dari bahasa latin “kinema” yang artinya gambar. Senimeatografi adalah bidang ilmu terapan yang membahas tentang teknik penangkapan suatu gambar dan menggabungkannya sehingga menjadi rangkaian gambar yang mampu menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Menurut kardewa & Siahhan (2017 : 30), Sinematografi terdapat beberapa tahapan dalam proses pembuatan video, yakni tahapan pra-produksi, produksi dan pasca-produksi.

### **1. Pra-produksi**

Menurut Sulistio, et al. (2019 : 73), Pra-produksi adalah sebuah tahapan perencanaan. Tujuan dari pra-produksi adalah guna mempersiapkan langkah-langkah

agar proses produksi sesuai dengan rencana dan sesuai dengan konsep yang telah di buat. Langkah tersebut sebagai berikut:

- a. **Outline**, merupakan pembuatan sebuah rencana atau konsep kasar sebagai dasar pelaksanaan dan membuat point identifikasi bahan apa saja yang akan digunakan agar pekerjaan dapat berjalan dengan lancar.
- b. **Script**, merupakan tahapan sebelum produksi yang berisikan tentang narasi, dialog, lokasi tempat, setting, narasumber, action, dan lain sebagainya.
- c. **Storyboard**, adalah sebuah sketsa atau gambar yang disusun sesuai dengan konsep guna mempermudah dalam proses produksi. Didalam storyboard berisikan tentang, gambar sketsa adegan yang akan ditangkap, pergerakan kamera, sound yang ingin dipakai, sudut pandang dan penjelasan dari adegan tersebut.

## 2. Produksi

Tahap produksi adalah tahap lanjutan dari pra-produksi, konsep yang sudah dibuat dari pra-produksi akan dilaksanakan pada tahap ini. Kegiatan yang dilaksanakan dalam tahap produksi adalah pengambilan gambar dan adegan secara menyeluruh dari awal sampai akhir yang sesuai dengan storyboard yang telah dibuat. Komposisi adalah hal yang penting dan sederhana dalam teknik pengambilan gambar, agar maksud dan tujuan tersampaikan dengan jelas sesuai yang diinginkan (Kardewa & Siahan, 2017 : 30).

## 3. Pasca-produksi

Setelah melalui tahap pra-produksi dan produksi, selanjutnya adalah tahap pasca-produksi. Tahap ini merupakan tahap dimana footage yang sudah diambil dan dibuat dari tahap produksi akan digabungkan dan disusun jadi satu tentunya dengan menambahkan elemen visual effect, title, dan soundtrack (Sulistio, et al. 2019 : 74).

### 2.4.1 Teknik Pengambilan Gambar (*shot*)

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan saat proses pengambilan gambar (*shot*) agar dapat memiliki nilai sinematik yang lebih baik, sehingga harus memperhatikan hal-hal berikut:

#### 1. *Camera Angle*

Menurut Nunun Bonafix (2011 : 850), Posisi kamera yang mengarah ke suatu objek tertentu mempengaruhi makna dan pesan yang ingin disampaikan. Ada lima jenis sudut

kamera dan masing-masing memiliki fungsi yang berbeda sehingga karakter dan pesan yang terkandung dalam setiap bidikan juga berbeda.

**a. *Bird Eye View***

*Bird Eye View* adalah teknik pengambilan gambar dengan kamera pada posisi diatas ketinggian objek yang akan direkam. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bahwa objek yang ditangkap tampak lemah sehingga penonton merasa iba.



**Gambar 2.4 *Bird Eye View***

( Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=PCNanJNJ8JA&ab\\_channel=Discovery](https://www.youtube.com/watch?v=PCNanJNJ8JA&ab_channel=Discovery) )

**b. *High Angle***

*High angle* adalah teknik menangkap suatu objek, tetapi lebih rendah dari *Bird Eye*. Tujuannya agar objek yang direkam menjadi terkesan dan tidak berdaya.



**Gambar 2.5 *High Angle***

( Sumber : <https://www.cnbc.com/video/2020/10/12/the-tough-times-of-a-taxi-driver.html> )

**c. *Eye level***

*Eye Level* merupakan teknik pengambilan gambar sejajar dengan posisi objek. Teknik ini adalah teknik yang paling umum digunakan oleh videografer. Sudut ini tidak memiliki kesan tertentu. Namun perlu memperhatikan komposisi bingkai agar enak dipandang.



**Gambar 2.6 *Eye Level***

( Sumber : <https://www.cnbc.com/video/2020/10/12/the-tough-times-of-a-taxi-driver.html> )

**d. *Low angle***

*Low Angle* merupakan teknik pengambilan gambar dari bawah suatu objek dan efek objek menjadi kesan dominan dan luas.



**Gambar 2.7 *Low angle***

( Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=PCNanJNJ8JA&ab\\_channel=Discovery](https://www.youtube.com/watch?v=PCNanJNJ8JA&ab_channel=Discovery) )

e. *Frog eye*

*Frog Eye* adalah teknik perekaman gambar di mana posisi kamera sejajar dengan posisi dasar suatu objek. Kesan yang dihasilkan dramatis, karena memperhatikan gambar yang menarik, tetapi ditangkap dengan variasi yang tidak biasa.



**Gambar 2.8** *Frog eye*

( Sumber :

[https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab\\_channel=ENGINEERINGSPIRIT](https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab_channel=ENGINEERINGSPIRIT) )

2. *Frame Size*

Nunun Bonafix (2011 : 852), menjelaskan ukuran gambar atau *frame size* dalam setiap pengambilan gambar memiliki arti dan tujuan tersendiri, sehingga juru kamera perlu memahami ukuran gambar agar sesuai dengan kebutuhan pemandangan.

- a. *Extreme Close Up (ECU)*, yaitu ukurannya sangat dekat dengan objek dan menunjukkan detail suatu objek.



**Gambar 2.9** *Extreme Close Up*

( Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t\\_o9M3Y&ab\\_channel=CNAInsider](https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t_o9M3Y&ab_channel=CNAInsider) )

- b. *Big Close Up* (BCU), yaitu dari ujung kepala hingga dagu objek memiliki kesan bahwa objek tersebut membangkitkan ekspresi tertentu.



**Gambar 2.10** *Big Close Up*  
(Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=-obKX-mqjXQ&ab\\_channel=NationalGeographic](https://www.youtube.com/watch?v=-obKX-mqjXQ&ab_channel=NationalGeographic) )

- c. *Close Up* (CU), yaitu dari ujung kepala hingga bagian bawah leher memberikan kesan gambaran yang jelas tentang objek tersebut.



**Gambar 2.11** *Close Up*  
(Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=-obKX-mqjXQ&ab\\_channel=NationalGeographic](https://www.youtube.com/watch?v=-obKX-mqjXQ&ab_channel=NationalGeographic) )

- d. *Medium Close Up* (MCU), yaitu dari kepala hingga dada ke atasnya dan memiliki kesan menonjolkan profil seseorang.



**Gambar 2.12** *Medium Close Up*  
( Sumber :

[https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab\\_channel=ENGINEERINGSPIRIT](https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab_channel=ENGINEERINGSPIRIT) )

- e. *Medium Shot (MS)*, yaitu dari kepala hingga pinggang dan memiliki kesan menunjukkan seseorang melalui penampilannya.



**Gambar 2.13** *Medium Shot*  
( Sumber :

[https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab\\_channel=ENGINEERINGSPIRIT](https://www.youtube.com/watch?v=mW6aE7XgOi0&ab_channel=ENGINEERINGSPIRIT) )

- f. *Full Shot (FS)*, yaitu dari ujung kepala sampai ujung kaki dan memiliki makna memperlihatkan objek dengan lingkungannya.



**Gambar 2.14 Full Shot**

( Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t\\_o9M3Y&ab\\_channel=CNAInsider](https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t_o9M3Y&ab_channel=CNAInsider) )

- g. **Long Shot (LS)**, yaitu objek penuh dengan latar belakang, memiliki arti menonjolkan objek dengan latar belakangnya.



**Gambar 2.15 Long Shot**

( Sumber : [https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t\\_o9M3Y&ab\\_channel=CNAInsider](https://www.youtube.com/watch?v=O5P-t_o9M3Y&ab_channel=CNAInsider) )

### 3. **Camera Movement**

Meskipun pergerakan kamera biasanya digunakan untuk menambah dinamisme pada pengambilan gambar, dalam ( Boanfix, 2011 : 853) terdapat beberapa jenis *camera movement* yang umum digunakan dalam perekaman video:

- a. **Zoom in dan zoom out**, secara fisik kamera tidak bergerak, hanya tinggal menekan tombol zoom. Ketika ditekan ke belakang efek objek akan menjauh dan sebaliknya, ketika ditekan ke depan efek objek menjadi lebih dekat.

- b. *Tilting*, Ada 2 jenis yaitu *tilting up* dan *tilting down*, gerakan kamera ke atas dan ke bawah, untuk secara umum menampilkan sosok tertentu untuk memancing rasa penasaran penonton.
- c. *Dolly shot*, yaitu pengambilan gambar dengan menggunakan alat dolly yang bisa digerakan maju dan mundur.
- d. *Panning*, perekaman kamera dimana posisi kamera digeser dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Juru kamera tidak boleh terlalu cepat, karena menurut psikologi visual, penonton dapat melihat objek setidaknya dalam 3 detik. Kurang dari itu, akan sulit bagi penonton untuk mengenali objek yang dilihatnya.
- e. *Crane shot*, atau biasa disebut *Jimmy Jib*, dengan panjang kurang lebih 9 meter, alat ini dilengkapi dengan tombol zoom dan dilengkapi dengan monitor kecil. Keuntungannya adalah dapat menggunakan berbagai macam sudut pandang.
- f. *Follow*, karena bergerak mengikuti objek, dan alat bantu dapat menggunakan rel, kendaraan dan lainnya.

## 2.5 Tinjauan Desain Komunikasi Visual

### 2.5.1 Definisi

Sumbo Tinarbuko dalam bukunya yang berjudul “DEKAVE desain komunikasi visual – Penanda Zaman Masyarakat Global” (2015 : 5) menjelaskan desain komunikasi visual yaitu sebuah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam bentuk media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya dilakukan guna menyampaikan pesan baik secara visual, audio maupun audio visual kepada audien yang dituju.

Desain komunikasi visual sebagai bagian dari seni terapan, yang mempelajari perencanaan dan perancangan desain, berbagai bentuk informasi komunikasi visual, menciptakan konsep-konsep kreatif berdasarkan karakteristik target audien sampai dengan menentukan desain tampilan akhir untuk membantu mencapai desain yang fungsional, menarik, artistik, estetik dan komunikasi komunikatif (Tinarbuko, 2015 : 5).

### 2.5.2 Warna

Warna dapat didefinisikan secara objektif sebagai bagian sifat dari cahaya yang dipancarkan atau secara subjektif sebagai bagian dari pengalaman visual. Secara fisik, warna

dapat diberikan oleh panjang gelombang cahaya yang terlihat oleh mata, yaitu suatu bentuk energi pancaran yang merupakan bagian sempit dari gelombang elektromagnetik (Sanyoto, 2009:11). Ali Nugraha (2008: 34) mengatakan bahwa warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda–benda yang dikenai cahaya tersebut.

Pentingnya warna yang diciptakan dalam sebuah video dapat dijelaskan dengan berbagai teknik perekaman video. Banyak pembuat video maupun pembuat film menciptakan kesan yang kuat dalam videonya dengan menggunakan teknik pewarnaan atau *color grading* untuk mengekspresikan perasaan dan kesan yang muncul di dalam suasana video atau filmnya. Warna-warna tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

### **1. Merah**

Warna merah merupakan yang paling menarik perhatian di antara warna lainnya. Warna ini bermakna darah, marah, berani, kekuatan, bahaya, cinta, kejantanan, dan kebahagiaan (Julia, 2021 : 8).



**Gambar 2.16** Penerapan warna merah  
( Sumber : [www.dw.com](http://www.dw.com) )

### **2. Kuning**

Warna kuning merupakan asosiasi warna dari matahari yang menunjukkan cahaya dan kehangatan. Kuning adalah warna yang cerah, sehingga sering dilambangkan sebagai kegembiraan atau kelincahan. Kuning dapat dikaitkan dengan kekuatan, kekuasaan dan ego. Warna kuning juga merupakan warna yang melambangkan keterbukaan dan kontak sosial, kuning dikaitkan dengan persahabatan dan persaudaraan, serta pengetahuan (Arif, Wachid, & Ipung, 2013 : 2).



**Gambar 2. 17** Penerapan warna kuning  
( Sumber : [www.dw.com](http://www.dw.com) )

### 3. Hijau

Warna hijau termasuk dalam warna sejuk dan alami serta cenderung lebih netral pengaruh emosinya. Hijau memiliki watak segar, muda, hidup, tumbuh, Makna positif warna hijau adalah harapan, keberuntungan, stabilitas, dan konsentrasi. Makna negatif kegagalan dan kemalangan. Dan representasi warna hijau adalah tanaman dan sayuran (Julia, 2021 : 8).



**Gambar 2.18** Penerapan warna hijau  
( Sumber : [www.dw.com](http://www.dw.com) )

### 4. Biru

Warna biru merupakan bagian yang termasuk warna dingin. Ada beberapa asosiasi dari warna biru yaitu langit dan air laut. Biru membentuk makna, kesendirian, membuat jarak, dingin, dan terpisah. Warna ini umumnya menarik bagi semua generasi, namun seharusnya tidak digunakan secara berlebihan. positif warna biru melambangkan

kesegaran, mimpi, kebijaksanaan, kesetiaan, ketenangan, dan kebenaran. Makna negatif melankolis. Dan representasi dari warna biru, adalah lautan dan langit (Arif, Wachid, & Ipung, 2013 : 2).



**Gambar 2.19** Penerapan warna biru  
( Sumber : [www.dw.com](http://www.dw.com) )

Dalam videografi skema pewarnaan hasil rekaman disebut dengan *color grading*. Pewarnaan ini bisa sangat artistik seperti pada film-film populer atau bisa terlihat lebih natural. *Color grading* dapat menyesuaikan warna skema rekaman untuk membangkitkan emosi spesifik dari penonton.

### **2.5.3 Tipografi**

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari huruf-huruf yang digunakan, type family (huruf dalam suatu keluarga), dan huruf pengganti yang digunakan dalam media yang berbeda. Tipografi secara tradisional terkait erat dengan desain huruf dan pencetakannya. Dampak pesat teknologi digital telah memperluas arti tipografi. Saat ini tipografi diartikan sebagai disiplin ilmu yang berhubungan dengan huruf, saat ini tipografi telah berkolaborasi dengan bidang lain seperti multimedia dan animasi, web dan media online, sinematografi, desain interior, arsitektur dan lain sebagainya (Rustan, 2011 : 16).

Ada 2 aspek penting yang perlu diperhatikan saat mendesain font, yaitu legibility dan readability. Dalam desain tipografi legibility memiliki arti yaitu kualitas huruf dalam tingkat kemudahan pengenalan atau keterbacaannya, sedangkan istilah Readability lebih terkait dengan kualitas kemudahan dan kenyamanan rangkaian huruf dalam sebuah tata letak suatu desain (Sihombing, 2015 : 164).

Menurut Sihombing (2015 : 158-161), Ada beberapa klarifikasi huruf dalam tipografi. Klarifikasi huruf dapat dilakukan berdasarkan momen penting dalam sejarah penciptaan dan perkembangan desain huruf latin. Beberapa klarifikasi huruf tersebut :

### 1. *Old Style*

*Old Style* memiliki istilah yang sering disebut dengan tipografi serif humanis yang dikembangkan pada abad ke 15 dan 16. Tipografi *Old style* memiliki karakteristik *serif* yang berukuran kecil dengan sudut yang melengkung, pada sumbu huruf “O” memiliki kemiringan dan kontras *stroke* yang rendah.

# Garamond

**Gambar 2.20** Contoh font *Old Style*

### 2. *Traditional*

Tipografi jenis *Traditional* muncul pada pertengahan abad ke 17 yang merupakan transisi antara huruf *old style* dan *serif modern*. Tipografi ini memiliki karakteristik huruf *serif* yang berukuran kecil dengan sudut lengkung kecil, sumbu huruf “O” tegak vertikal dan *stroke* sedang.

# Baskerville

**Gambar 2.21** Contoh font *Traditional*

### 3. *Modern*

Tipografi *Serif Modern* dikembangkan pada akhir abad ke 18 dan merupakan perubahan dari tipografi *traditional*. Karakteristik dari *serif modern* adalah ukuran *serif* berukuran kecil tanpa sudut lengkung, Huruf “O” tegak vertikal, dan kontras *stroke* yang ekstrim.

# Bodoni

**Gambar 2.22** Contoh font *Modern*

#### 4. *Egyptian*

Tipografi *Egyptian* atau bisa disebut dengan *slap serif*. Diperkenalkan pada abad ke 19 sebagai huruf yang digunakan dalam desain untuk iklan. Karakteristik dari huruf ini adalah *serif* berbentuk kotak dan berukuran besar tanpa sudut lengkung, sumbu huruf “O” tegak vertikal, dan kontras *stroke* yang rendah.

# Clarendon

Gambar 2.23 Contoh font *Egyptian*

#### 5. Sans Serif

*Sans Serif* mulai banyak bermunculan di abad ke 19 dengan karakteristik tanpa bentuk *serif* pada hurufnya. Karakteristik dari *sans serif* adalah tidak adanya *serif* pada huruf, sumbu huruf “O” tegak vertikal, dan tidak memiliki kontras *stroke*, menjadikan tipografi ini menjadi terlihat simple.

# Futura

Gambar 2.24 Contoh font *Sans Serif*

## 2.6 Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2007 : 3) Definisi Komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa (media cetak dan elektronik). Komunikasi massa harus menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat dalam kegiatan komunikasi massa, yang mana media-media tersebut, antara lain radio, televisi, video, majalah, dan surat kabar, disebut sebagai media massa. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri adalah

### a. Fungsi menyairkan informasi (*to inform*)

Penyampaian informasi tentang acara, ide, atau pemikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, atau acara khusus. Pesan informasi adalah pesan baru (nyata) berupa data, gambar, fakta, opini, dan komentar yang memungkinkan adanya pemahaman baru atau tambahan wawasan tentang sesuatu.

**b. Fungsi mendidik (*to educate*)**

Media massa mendidik dengan menyampaikan pengetahuan dalam bentuk tajuk, artikel, video, laporan khusus, atau cerita yang memiliki misi pendidikan. Berfungsi mendidik apabila pesannya dapat menambah pengembangan intelektual, pembentukan watak, penambahan keterampilan atau kemahiran bagi khalayaknya serta mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat.

**c. Fungsi menghibur (*to entertain*)**

Fungsi menghibur yakni memerikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, sinetron, drama, musik, tari, dan lainnya. Berfungsi untuk menghibur apabila masyarakat bisa terhibur atau dapat mengurangi ketegangan, kelelahan dan bisa lebih santai.

**d. Fungsi mempengaruhi (*to influence*)**

Fungsi mempengaruhi pendapat, pikiran, bahkan perilaku masyarakat merupakan hal terpenting dalam kehidupan masyarakat agar media independen dapat berekspresi atau berargumentasi serta memiliki kebebasan untuk melakukan kontrol sosial.

Dari pernyataan diatas maka video dokumenter termasuk pada bentuk komunikasi massa yang melalui sebuah media elektronik yang bersifat audio visual untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audien. Dan tujuan dasar dari video dokumenter dalam komunikasi massa yaitu untuk memberikan pencerahan, informasi, mengajak, dan memberikan edukasi.

## **2.7 Media**

Menurut Pujiyanto dalam (Hendro, 2018 : 10) Media berasal dari kata “medium” dan “media” yang dapat diartikan secara harfiah berarti pertengahan, tengah, dan pusat. Media merupakan sebuah bentuk perantara yang digunakan seorang pemberi informasi, ide, dan gagasan, sehingga hal tersebut sampai kepada penerima. Pada hakikatnya media mampu memperluas kemampuan manusia untuk mendengar, merasakan dan melihat dalam batas ruang, jarak dan waktu tertentu.

Menurut Arief S. Sadiman (2011 : 6) media adalah suatu yang dapat dipakai untuk menyebarkan pesan dari pengirim kepada penerima untuk memicu pikiran, perasaan, kemauan, dan perhatian audien.

Bedasarkan beberapa pendapat diatas, maka dari itu media adalah pengantar dan perantara pesan dari pemberi informasi ( kominikator ) kepada penerima informasi ( komunikan ) untuk membangun kondisi yang membaut audien mampu mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang di inginkan.

Menurut Pujiyanto dalam (Hendro, 2018 : 10) juga menjelaskan bentuk dari media itu sendiri yaitu sebagai berikut :

**a. Media audio**

Media audio sebagai alat media yang isi pesannya dapat diterima melalui indera pendengar. Media audio merupakan media yang penyampaian pesannya disampaikan dalam bentuk auditif ke dalam bentuk kata-kata ataupun bahasa lisan.

**b. Media Visual**

Media visual adalah media penyampaian pesan atau informasi yang dimana menampilkan sebuah gambar, grafik serta tata letak yang jelas agar penerima informasi dapat deterima sasaran. Media visual bersifat realistis yang dimana dapat diterima melaui sebagian panca indera terutama indera pengelihatan.

**c. Media Audio Visual**

Media audio visual adalah media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan tekonlogi dan kemajuan ilmu pengetahuan yang didalamnya meliputi media yang dapat di dengar dan di lihat.

Media audio visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada audien yang didalamnya terdapat unsur audio visual meliputi visual (gambar) dan audio (suara). Sehingga audien dapat memperoleh pengetahuan, informasi, maupun keterampilan melaui bentuk visual atau gambaran serta penjelasannya dalam bentuk audio atau suara lisan. Media ini memiliki kemampuan yang baik karena didalamnya meliputi gambar dan suara.

**2.7.1 Media Sosial**

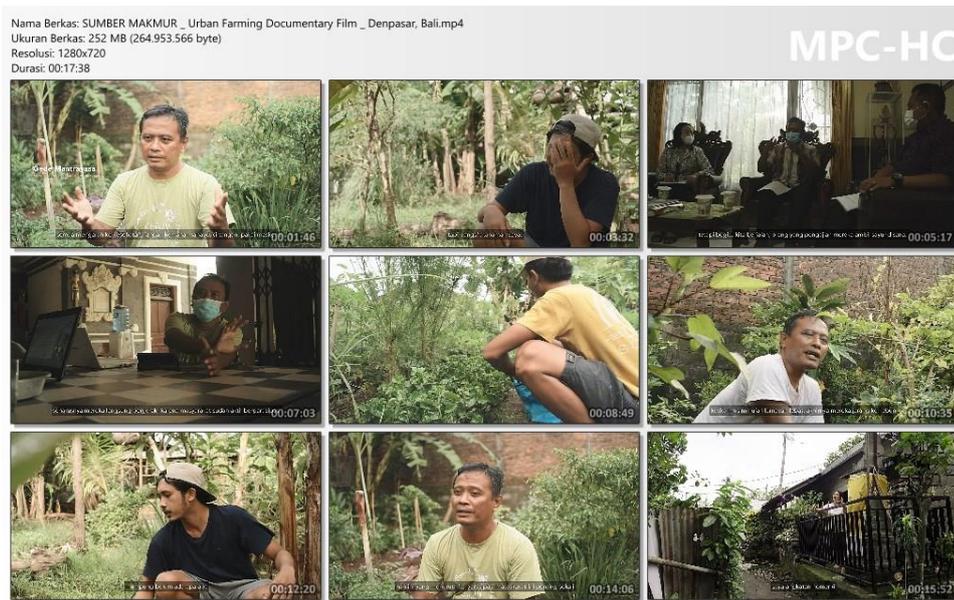
Menurut McQail dalam (Thifalia & Susanti, 2021 : 43), media baru dikelompokan menjadi 4 bagian. Pertama, media telekomunikasi interpersonal yaitu telpon, handphone, dan email. Kedua, media bermain interaktif yaitu komputer dan video game. Ketiga, media *search engine* yang berupa portal. Keempat, media partisipasi kolektif yaitu penggunaan internet untuk

bagi sebuah informasi, pengalaman, dan gagasan. Media kolektif ini juga bisa disebut dengan media sosial.

Media sosial merupakan teknologi yang berbasis web pengganti komunikasi menjadi interaktif. Contoh dari media sosial yang populer saat ini yaitu seperti : Instagram, Youtube, Twitter, Facebook dan lain sebagainya. Menurut van dijk media sosial adalah sebuah media platform yang berfokus pada fasilitas untuk pengguna dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu media sosial merupakan sebuah fasilitator online untuk mempererat hubungan antar pengguna dan sebagai ikatan sosial. Dan menurut Shirky media dan perangkat sosial merupakan alat untuk mengembangkan kemampuan user untuk berbagi, bekerja sama, diantara user lain serta melakukan aktivitas secara kolektif yang berada diluar institusional dan organisasi (Junawan & Laugu, 2020 : 44).

## 2.8 Studi Eksisting

### 2.8.1 Video Dokumenter “SUMBER MAKMUR | *Urban Farming* Documentary Film | Denpasar, Bali”.



**Gambar 2. 25** Cuplikan video dokumenter *urban farming* sumber makmur Denpasar Bali  
( Sumber :

[https://www.youtube.com/watch?v=QuTg833JpDU&t=309s&ab\\_channel=NiskalaStudio](https://www.youtube.com/watch?v=QuTg833JpDU&t=309s&ab_channel=NiskalaStudio) )

Judul : SUMBER MAKMUR | *Urban Farming* Documentary Film | Denpasar, Bali

Youtube : Niskala Studi

Tanggal Upload : 22 April 2021

Durasi : 17 menit

Video dokumenter ini menjelaskan tentang warga banjar yang berada di kawasan pinggir Denpasar Bali, yang mengubah tanah terlantar atau tanah kosong yang berada di sekitar dijadikan kebun sayur organik yang berguna bagi masyarakat setempat. Tanah kosong yang dulu berisi tumpukan sampah dan alang-alang, sekarang menjadi sebuah deretan kebun sayur berpagar genteng dengan tanah kompos didalamnya. Dengan melihat latar belakang ingin menambah ketahanan pangan mandiri dan menjadikan lingkungan bersih, warga Banjar Denpasar Bali sangat antusias dan bergotong royong untuk membuat sebuah kebun di lahan yang kosong dengan dibantu oleh kelurahan sehingga menjadikan kebun tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat.

### Analisis Media

**Tabel 2.1** Analisis Media Studi Eksisting

No.	Elemen Desain	Analisis
1.	Isi	Menjelaskan mengenai <i>urban farming</i> yang dilakukan oleh warga banjar guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dengan memanfaatkan lahan yang kosong.
2.	Teknik	Video dokumenter ini menggunakan teknik pengambilan gambar <i>angel camera bird eye, eye level</i> , dan komposisi <i>frame close up, medium close up, dan full shot</i> .
3.	Warna	Tone warna natural dan sedikit soft yang digunakan pada video ini.
4.	Tipografi	Tipografi yang digunakan pada judul menggunakan font serif dan untuk caption dan keterangan narasumber menggunakan font sans serif.

Kelebihan :

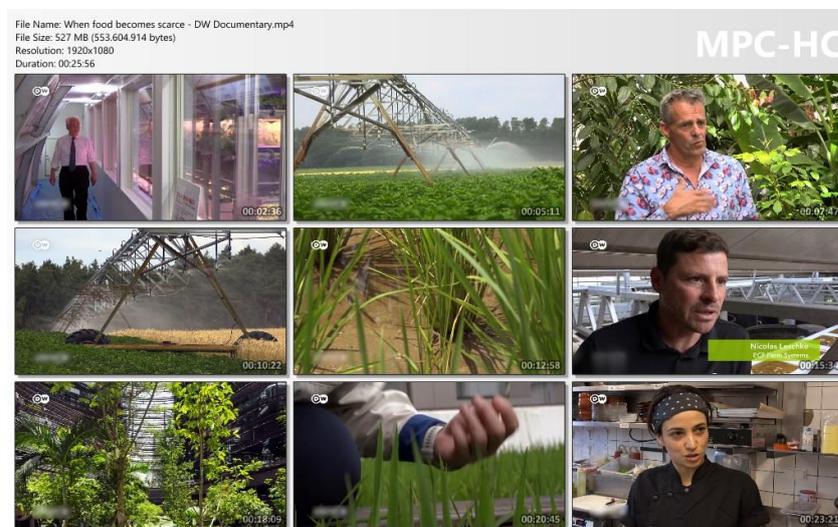
- a. Penyajian Informasi yang diberikan jelas sehingga bisa menjadi inspirasi penonton yang melihatnya.
- b. Alur dalam cerita dokumenter sudah terkonsep dengan baik.

Kekurangan :

- a. Terdapat *scene* dimana latar tempatnya gelap atau kurangnya pencahayaan.
- b. Kurangnya teknik dalam pengambilan gambar sehingga terdapat beberapa *scene* yang *shaking*.
- c. Terdapat beberapa dialog yang kurang penting didalam video.

## 2.9 Studi Komparator

### 2.9.1 Video Dokumenter Belajar *Urban Farming*



**Gambar 2. 26** Cuplikan video dokumenter “*When food becomes scare*”  
( Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=KIEOuKD9KX8&t=967s> )

Judul : When food becomes scare

Youtube : DW Documentary

Tanggal Upload : 29 November 2020

Durasi : 25 menit

Video dokumenter ini berisikan penjelasan mengenai penelitian yang menceritakan tentang teknologi dalam menanam tanaman didalam gedung-gedung tinggi di jepang dan Amerika Serikat serta sebuah restoran yang didalam ruangan dapur terdapat selada yang

tumbuh tanpa tanah dan di bawah pencahayaan buatan. Buah dan sayuran yang dihasilkan dapat dimakan tanpa dicuci. Dan hasilnya 100 kali lebih besar daripada di area luar ruangan berukuran sama. Selanjutnya pembuatan pertanian berteknologi tinggi yang ada di Jepang tersebut berhasil mengekspornya ke seluruh dunia, misalnya ke pelanggan di Uni Emirat Arab dan di kota-kota besar Asia. Semua teknologi tersebut dibuat karena mereka sadar bahwa produksi pangan akan menjadi semakin sulit dalam menghadapi tantangan yang berkembang seperti pertumbuhan penduduk yang cepat, perubahan iklim dan lahan yang semakin sempit. Maka dari itu Pertanian harus berubah secara drastis di masa depan jika ingin memenuhi permintaan global. Kita semua harus sadar akan fakta bahwa metode produksi makanan harus berubah jika persediaan makanan kita ingin aman di masa depan. Semakin banyaknya penduduk kota, kita harus menemukan cara untuk memenuhi kebutuhan pangan yang lebih banyak untuk diri sendiri dan menjadi kurang bergantung pada daerah pedesaan dan rantai pasokan makanan global. Pada saat yang sama, sangat penting untuk mereformasi pertanian konvensional agar lebih tahan cuaca.

## Analisis Media

**Tabel 2. 2** Analisis Media Studi Komparator

No.	Elemen Desain	Analisis
1.	Isi	Video dokumenter ini menjelaskan tentang bagaimana teknologi dalam penanaman harus berkembang seiring berjalannya waktu agar dapat memenuhi ketahanan pangan dimasa depan, melihat pertumbuhan penduduk yang cepat, perubahan iklim, dan lahan yang semakin sempit.
2.	Teknik	Video dokumenter ini menggunakan teknik pengambilan gambar <i>angel camera eye level</i> , dan komposisi <i>frame close up, medium close up, full shot</i> .
3.	Warna	Tone warna natural dan <i>vibrance</i> yang digunakan pada video ini.

4.	Tipografi	Tipografi yang digunakan pada judul dan keterangan narasumber menggunakan font sans serif.
----	-----------	--

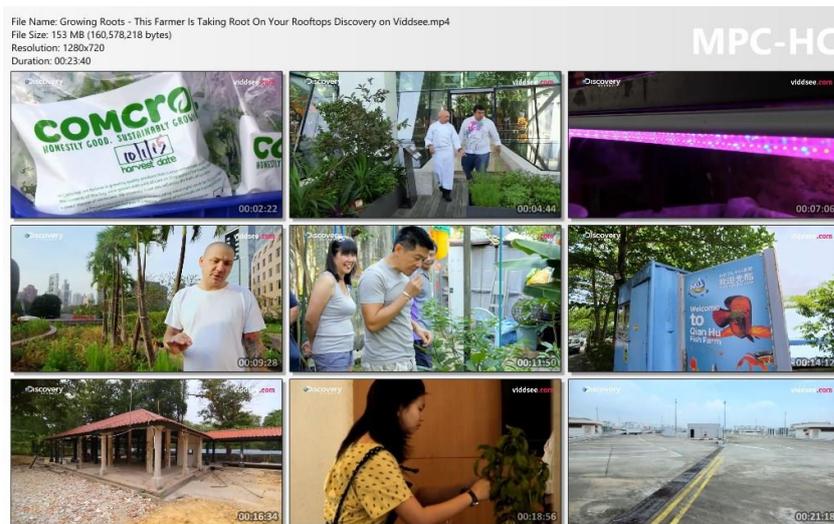
Kelebihan :

- Teknik pengambilan gambar sangat rapih dan pengambilan komposisi gambar yang baik dan menarik.
- Penjelasan narasi dari narasumber yang jelas dan informatif karena alur cerita dokumenter yang dibuat terkonsep dengan baik.
- Pemilihan narasumber yang sangat paham mengenai inspirasi dalam memenuhi ketahanan pangan menjadi nilai lebih dalam memberikan penjelasan dan memberikan edukasi kepada penonton.

Kekurangan :

- Kurangnya caption subtitle agar penonton bisa mengerti kata-kata yang kurang jelas dari penjelasan narasumber.

## 2.9.2 Video dokumenter Growing Roots - This Farmer Is Taking Root On Your Rooftops // Discovery on Viddsee



**Gambar 2. 27** Cuplikan video dokumenter “Growing Roots - This Farmer Is Taking Root On Your Rooftops // Discovery on Viddsee”

( Sumber :

[https://www.youtube.com/watch?v=vPRySy3Qtvs&t=1081s&ab\\_channel=Viddsee](https://www.youtube.com/watch?v=vPRySy3Qtvs&t=1081s&ab_channel=Viddsee) )

Judul : Growing Roots - This Farmer Is Taking Root On Your Rooftops // Discovery on Viddsee.

Youtube : Viddsee

Tanggal Upload : 30 juni 2016

Durasi : 23 menit

Dalam Video dokumenter ini menceritakan mengenai orang-orang dibalik pertanian perkotaan yang telah menyebar luas di tengah rumah kaca dan gedung-gedung tinggi di Singapura. Video ini mengikuti kisah dari Allan Lim dan Comcrop dalam usaha vertical garden nya guna memenuhi komoditas pangan, dan tantangan dari wirausahawan sosial Bjorn Low yang membuka usaha dalam pertanian dalam ruangan. Teknologi pertanian mutakhir dan semangat komunitas pertanian Singapura yang konsisten mulai mempengaruhi pendekatan warga singapura terhadap keberlanjutan pangan. Didalam video juga menjelaskan cara-cara yang dilakukan oleh narasumber dalam melakukan *urban farming*, seperti membuat sebuah eco green dalam gedung yang dimana hasil panen nya dapat dipergunakan atau dikonsumsi orang dalam satu gedung, pembuatan vertical garden, hidroponik, dan aquaponik di rooftop dan lain sebagainya.

### Analisis Media

**Tabel 2. 3** Analisis Media Studi Komparator

No.	Elemen Desain	Analisis
1.	Isi	Video dokumenter ini menjelaskan mengenai orang-orang dibalik pertanian kota yang telah menyebar luas yang berada di tengah gedung-gedung tinggi yang berada di Singapura. Dan orang-orang tersebut menjelaskan cara mereka sendiri dalam melakukan pertanian perkotaan guna mempertahankan ketahanan pangan.
2.	Teknik	Video dokumenter ini menggunakan teknik pengambilan gambar <i>angel camera eye level, bird eye</i> dan komposisi <i>frame close up, medium close up, full shot, dan long shot.</i> Serta didalamnya terdapat teknik tambahan seperti time lapse dan menambahkan animasi penjelasan.

3.	Warna	Tone warna natural dan lebih <i>vibrance</i> yang digunakan pada video ini
4.	Tipografi	Tipografi didalam video ini menggunakan font sans serif. Yang diamana font tersebut cocok untuk dokumenter

Kelebihan :

- a. Teknik dalam pengambilan gambar sangat rapi dan bervariasi, mulai dari penambahan teknik time lapse dan penambahan penjelasan detail menggunakan animasi.
- b. Penjelasan narasi yang sangat jelas dan informatif dapat mengedukasi dan mempengaruhi penonton.
- c. Pemelihan narasumber yang lebih dari 3 sehingga informasi yang dijelaskan tidak objektif dalam satu orang saja.
- d. Alur cerita yang di dokumentasi disajikan dengan rapih dikarenakan video tersebut melakukan riset yang detail.
- e. Musik dan tone warna yang digunakan sangat ceria dan sesuai sehingga video terlihat lebih menarik sehingga penonton tidak bosan untuk menontonnya lagi.

Kekurangan :

- a. Tidak adanya caption subtitle dalam video tersebut sehingga penonton yang susah dalam memahami percakapan bahasa inggris menjadi kurang paham.