

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA
DIALOG PADA FILM WOO-WOO**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Diajukan Oleh

IRHAM ASFAHANI

21321011

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA DIALOG PADA
FILM WOO-WOO**

Oleh:

IRHAM ASEHANI
21321011

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: 22 September 2025

Mengetahui
Dosen Pembimbing Skripsi



Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0523098701

الجمعة الاستاذة الانيسية

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA DIALOG PADA
FILM WOO-WOO**

Disusun oleh:
IRHAM ASFAHANI
21321011

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 7 Oktober 2025

Dosen Penguji :

Ketua: **Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A**
NIDN. 0523098701

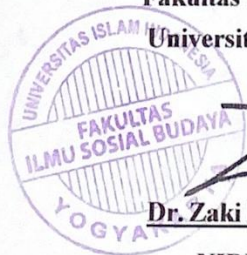
Anggota : **Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom**
NIDN. 0511119003

الإمامة الإسلامية
Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Dr. Zaki Habibi., M.Comms

NIDN. 0517078101


(_____)

(_____)

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irham Asfahani
Nomor Mahasiswa : 21321011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi *Generative Artificial Intelligence* secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
 - a. ChatGPT milik OpenAI dimanfaatkan dalam tahap perancangan awal skripsi, khususnya untuk membentuk susunan bab dan subbab yang relevan dengan tema penelitian.
 - b. Blackbox dimanfaatkan untuk melakukan pengecekan dan penyempurnaan terhadap tata bahasa serta ejaan pada sejumlah bagian naskah, agar sesuai dengan aturan Bahasa Indonesia yang baku.
 - c. Mulfu digunakan sebagai alat deteksi awal untuk mengidentifikasi kemungkinan plagiarisme sebelum naskah diajukan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi untuk diperiksa lebih lanjut melalui Turnitin.

4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Juli 2025

Yang menyatakan,



Irham Asfahani

NIM 21321011

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa)
dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan, dan untuk
memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain memang terkadang kita harus
mempertaruhkan apa yang kita punya”

(Najwa Shihab)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang
menjawabnya,berikat tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu
sebagai manusia.”

(Baskara – Hindia)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Allamin, Skripsi ini merupakan rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta, Bapak Eko Hamdani dan teristimewa Ibu Eka Masayu yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan dan yang selalu memberikan semangat dan juga dukungan sepenuh hari.

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada seluruh keluarga besar tercinta, yaitu adek, paman, tante, kakek, dan nenek yang selalu menjadi penyemangat terbaik, selalu memberikan semangat dan dukungan baik moril dan moral. Tak lupa kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah mau bertahan hingga sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah Wabbil 'Alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Rahmat dan keselamatan semoga terlimpah atas paling mulianya Nabi Muhammad SAW, juga atas nama keluarga dan para sahabat, serta kepada yang mengikuti mereka dalam kebenaran sampai akhirat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA DIALOG PADA FILM WOO-WOO”.

Penulisan karya ilmiah ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Penulis mengakui sepenuhnya bahwa karya ini masih memiliki berbagai keterbatasan, baik dari aspek kebahasaan, sistematika penyajian, maupun cakupan pemikiran yang dipengaruhi oleh alokasi waktu yang kritik, dan saran yang bersifat konstruktif dari para pembaca akan sangat penulis hargai guna menyempurnakan tulisan ini di masa mendatang.

Selama pengerjaan skripsi ini, banyak sekali pihak yang terlibat di dalamnya, tidak lupa saya ucapkan terimakasih atas bantuan, dukungan, serta bimbingan oleh pihak-pihak yang terlibat. Oleh sebab itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristemewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Eko Hamdani dan Ibu Eka Masayu yang telah membesarkan penulis hingga saat ini, serta menjadi pahlawan dan panutan bagi penulis, yang selalu memberikan banyak pembelajaran. Terima kasih selalu mendoakan yang terbaik dan memberi dukungan moril maupun material.

2. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A., yang telah memberikan bimbingan, arahan, kesabaran, penyemangat, serta dedikasi waktu dan tenaga dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staff Progm Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, dukungan, pengalaman, dan pelayanan akademik selama masa perkuliahan
4. Seluruh keluarga besar tercinta paman, tante, kakek, nenek yang telah banyak memberikan dukungan, pengalaman, bantuan dan doa serta hiburan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Adik saya, Hasya Fadhilla Asharani yang telah selalu memberikan dukungan dan doa serta hiburan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat kontrakan Ngapak, Emir, Zidan, Hisyam, Arkan, Danang, Dicky, Nb, Lintang dan haniya yang selalu membersamai dan selalu membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Narasumber penulis (Giovanni Rahmadeva) yang telah bersedia membantu peneliti dalam mengumpulkan data untuk keperluan skripsi ini.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Putri Nahiroton Khasanah. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya, yang selalu meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesah, dan selalu menjadi pendukung penulis.
9. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri Irham Asfahani yang sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari dan saya harus selalu ingat bahwa ini semua hanyalah permulaan.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat kepada seluruh pihak yang iktu terlibat dalam proses penyusunan skripsi

ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembaca serta pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga setiap usaha dan kerja keras yang telah dilakukan mendapatkan berkah dan ridho dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis ucapkan permohonan maaf yang sebenarnya. Penulis juga mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa depan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 25 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a horizontal line at the bottom, positioned above the name Irham Asfahani.

Irham Asfahani

DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA DIALOG PADA FILM WOO-WOO.....	i
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Akademik	5
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	17
3. Informan Penelitian / Narasumber.....	17
4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
5. Teknik Analisis Data.....	17
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	19
A. Film “Woo-Woo”.....	19
B. Sinopsis Film “Woo-Woo”	20
C. Informasi Umum Film Woo-Woo.....	21
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	23
A. Temuan	23

1.	Strategi Kreatif pada Film Woo-Woo	23
2.	Tantangan dan Adaptasi	45
B.	PEMBAHASAN	47
1.	Strategi Kreatif pada Film Woo-Woo	47
2.	Analisis SWOT	62
BAB IV	PENUTUP	67
A.	Kesimpulan.....	67
B.	Keterbatasan Penelitian.....	68
C.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Poster Film Woo-Woo	19
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Informasi Umum Film Woo-Woo	21
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	65

ABSTRAK

Asfahani, Irham. 21321011 (2025) ANALISIS STRATEGI KREATIF PENGKONSEPAN FILM TANPA DIALOG PADA FILM WOO-WOO. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Film tanpa dialog merupakan bentuk eksplorasi sinematik yang menawarkan cara berbeda dalam menyampaikan cerita. Dalam *genre* ini, bahasa tubuh, visual, serta atmosfer menjadi pengganti dialog verbal sehingga menuntut strategi kreatif yang matang agar pesan tetap dapat dipahami penonton. Penelitian ini berfokus pada film pendek *Woo-Woo* karya Ismail Basbeth, sebuah karya yang unik karena seluruh narasinya dibangun tanpa percakapan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi kreatif yang digunakan dalam proses pengkonsepkan film *Woo-Woo*, meliputi tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi, serta mengidentifikasi tantangan dan bentuk adaptasi yang ditempuh tim produksi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam bersama tim produksi. Analisis dilakukan menggunakan kerangka strategi kreatif dalam produksi film serta pendekatan SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif *Woo-Woo* telah dirancang secara detail sejak awal, dengan penekanan pada pengembangan narasi visual, karakter non-verbal, serta penggunaan simbol-simbol sinematik. Tantangan utama yang dihadapi adalah potensi kesulitan pemahaman dari audiens umum dan keterbatasan dokumentasi produksi. Namun, adaptasi dilakukan dengan memperkuat aspek visual dan mendistribusikan film melalui festival sebagai sarana apresiasi. Temuan ini menegaskan bahwa film tanpa dialog dapat tetap menyampaikan makna secara emosional dan efektif melalui strategi kreatif yang tepat.

Kata Kunci: strategi kreatif, film tanpa dialog, komunikasi visual, sinematografi, estetika

ABSTARCT

Asfahani, Irham. 21321002 (2025). ANALYSIS OF CREATIVE STRATEGIES IN CONCEPTUALIZING A NON-DIALOGUE FILM IN WOO-WOO. Department of Communication Studies, Faculty of Social and Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia.

*Non-dialogue films represent a form of cinematic exploration that offers a distinct way of storytelling. In this genre, body language, visual imagery, and atmosphere replace verbal dialogue, requiring carefully designed creative strategies to ensure that the message remains understandable to the audience. This study focuses on *Woo-Woo*, a short film by Ismail Basbeth, which stands out for constructing its entire narrative without spoken words. The purpose of this research is to analyze the creative strategies applied in conceptualizing *Woo-Woo*, covering the stages of pre-production, production, and post-production, as well as identifying the challenges and adaptations encountered by the production team. This research employed a qualitative descriptive method, with data collected through observation and in-depth interviews with the production team. The analysis draws upon the framework of creative strategies in film production and applies SWOT analysis to examine the film's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The findings reveal that the creative strategies in *Woo-Woo* were meticulously developed from the outset, with a strong emphasis on visual storytelling, non-verbal character development, and the use of cinematic symbolism. The main challenges included audience difficulties in interpreting the narrative and limited production documentation. Nevertheless, the team adapted by reinforcing visual elements and distributing the film through festivals as a form of appreciation and outreach. These findings highlight that, with the right creative strategies, non-dialogue films can effectively deliver emotional resonance and meaningful communication.*

Keywords: *creative strategy, non-dialogue film, visual communication, cinematography, aesthetics*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam industri film yang semakin kompetitif, strategi kreatif memegang peranan kunci dalam menghasilkan karya-karya yang memukau dan menarik minat penonton. Pengkonsepan film yang kreatif tidak hanya berdampak pada keunikan dan daya tarik visual, tetapi juga dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menciptakan pengalaman menonton yang tak terlupakan (Aprilia & Sukendro, 2018). Pada dasarnya, strategi kreatif dalam pengkonsepan film melibatkan serangkaian proses inovatif yang dimulai dari pengembangan ide, penentuan gaya visual, pemilihan treatment cerita, hingga pengaplikasian efek-efek khusus. Setiap elemen ini harus dirancang secara sinergi agar dapat menghasilkan suatu kesatuan konsep yang kuat, kohesif, dan mampu menyampaikan pesan serta emosi kepada penonton (Karyadi & Pradhono, 2021).

Pengkonsepan yang kreatif tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis semata, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi tren, memahami psikologi audiens, dan berani mengambil resiko dengan ide-ide yang segar. Sutradara, sinematografer, produser, dan tim kreatif lainnya harus mampu berkolaborasi secara efektif untuk mewujudkan visi kreatif yang konsisten dari awal hingga akhir (Sri Wahyuni, Syai'dan Triadi, 2020).

Keberhasilan dalam pengkonsepan film yang kreatif juga tidak terlepas dari pemahaman mendalam terhadap elemen-elemen visual, seperti penggunaan warna, pencahayaan, komposisi, dan ritme editing. Selain itu, inovasi dalam penggunaan teknologi mutakhir, baik dalam produksi maupun pascaproduksi, turut memperkaya pengalaman menonton. Dengan seperti itu, strategi kreatif dalam pengkonsepan film menjadi salah satu kunci untuk menghasilkan karya-karya yang memukau, menarik minat penonton, dan menciptakan pengalaman menonton yang tak terlupakan. Hal ini melibatkan proses inovatif, kolaborasi tim kreatif, pemahaman

mendalam terhadap elemen visual, serta inovasi dalam pemanfaatan teknologi terkini (R. Aprillia, G. G. Sukendro, 2017).

Strategi kreatif dalam pengkonsepian film adalah proses sistematis yang melibatkan pengembangan ide-ide inovatif untuk menciptakan karya sinematik yang menarik dan bermakna. Dalam industri film, di mana persaingan sangat ketat, kemampuan untuk menghasilkan konsep yang unik dan menarik sangat penting untuk menarik perhatian penonton serta memenuhi ekspektasi pasar. Proses ini mencakup berbagai tahap, mulai dari pemahaman mendalam tentang tema dan audiens, hingga pengembangan naskah dan visualisasi cerita (Kabelen, 2025). Strategi kreatif berfungsi sebagai fondasi bagi semua aspek produksi film. Ini mencakup pemahaman mendalam tentang audiens target, tema yang ingin diangkat, serta pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, dalam pembuatan film komersial, tim kreatif harus melakukan riset untuk memahami tren yang sedang berkembang dan preferensi penonton. Hal ini membantu dalam merumuskan ide dasar yang akan menjadi inti dari naskah dan pengembangan cerita (SS Fauziah, AA Safei, Sukayat Tata, 2021).

Film merupakan media komunikasi audio-visual yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok penonton yang berkumpul di tempat tertentu. Melalui sifatnya yang audio-visual, film mampu menceritakan banyak hal dalam waktu singkat, seolah-olah membawa penonton menembus batasan ruang dan waktu serta menyaksikan kehidupan yang diceritakan di dalamnya (Rizaldi, 2023).

Kemampuan film untuk mempengaruhi persepsi dan pemikiran para penontonnya menjadikannya tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga sebagai media pembelajaran. Meskipun terdapat pandangan yang berbeda-beda tentang film, baik yang menganggapnya hanya sebagai hiburan maupun yang memandangnya sebagai sumber pembelajaran, film pada dasarnya dapat dipahami sebagai media komunikasi massa yang bersifat audio-visual, mampu menceritakan berbagai hal secara komprehensif dalam waktu singkat, dan memiliki

potensi untuk mempengaruhi sudut pandang serta pemikiran para penontonnya, baik dalam konteks hiburan maupun edukasi (Karino, 2020).

Bagi para pembuat film, seringkali mereka mencari inspirasi dari pengalaman pribadi atau kejadian nyata yang terjadi di dalam masyarakat untuk kemudian dituangkan dan diwujudkan ke dalam karya film mereka. Dengan demikian, film pada dasarnya dapat dipandang sebagai media yang merekam realitas sosial yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat, lalu memproyeksikannya ke dalam bentuk medium audiovisual. Dengan kata lain, film merupakan bagian tak terpisahkan dari komunikasi media massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan sosial atau moral tertentu kepada para penonton. Karena berakar dari realitas yang terjadi di dalam masyarakat, film dapat diciptakan sedemikian rupa sehingga para penonton dapat merasakan kedekatan dan relasi yang kuat dengan adegan-adegan yang ditampilkan di dalamnya. Tidak hanya itu, para penonton juga dapat merasakan kesamaan dan keterkaitan dengan maksud, tujuan, serta pesan yang berusaha disampaikan melalui film tersebut (Indrayana et al., 2023).

Dengan demikian, film menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan, menggambarkan, serta merefleksikan kondisi sosial, budaya, dan moral yang hidup dan berkembang di dalam masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa film memiliki peran yang sangat penting sebagai media komunikasi massa yang mampu merekam, memproyeksikan, dan merefleksikan realitas kehidupan sosial, budaya, serta moral yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat, sehingga para penonton dapat merasakan kedekatan, relasi, dan kesamaan dengan apa yang ditampilkan dan disampaikan melalui film tersebut. (Rahman Asri , 2020).

Penelitian ini mengangkat film Woo-Woo sebagai fokus penelitian. Hal ini dikarenakan, film Woo-Woo memiliki kekhasan dalam penyajian cerita yang jarang dijumpai pada film-film pendek lainnya, yaitu penggunaan narasi yang sepenuhnya bebas dialog.

Film ini merupakan karya sutradara Ismail Basbeth yang dirilis pada 9 Maret 2019 dengan durasi 14 menit. Proses produksinya dilakukan oleh Bosan Berisik Lab dan Matta Cinema serta melibatkan kolaborasi dengan band Sore yang menghadirkan komposisi musik untuk memperkuat nuansa emosional film.

Cerita berpusat pada tokoh Ali, seorang pemuda berusia 19 tahun yang digambarkan hidup dalam kesendirian mutlak tanpa figur keluarga maupun teman. Kesepian yang ia alami divisualisasikan secara mendalam sehingga terasa seperti teror yang menghantui dirinya dan lingkungannya. Isu kesepian yang diangkat menjadi sangat relevan untuk dikaji, terutama karena fenomena isolasi sosial kini semakin banyak dialami generasi muda dan dapat berimbas pada kesehatan mental, rasa keterhubungan, serta kualitas hubungan interpersonal.

Kekuatan penelitian ini dan yang menjadikannya menarik ialah terletak pada bagaimana Woo-Woo menyampaikan tema kesepian melalui strategi kreatif yang unik. Tanpa dialog, film ini sepenuhnya bergantung pada bahasa visual, gestur, dan atmosfer untuk menghadirkan pesan emosional. Hal ini mendorong penonton untuk tidak sekadar memahami cerita secara kognitif, tetapi benar-benar merasakannya secara emosional. Dengan demikian, Woo-Woo memberikan peluang analisis yang kaya dari sudut pandang komunikasi visual dan strategi kreatif, serta menjadi contoh yang tepat tentang bagaimana media film dapat memanfaatkan kekuatan non-verbal untuk menyampaikan makna secara mendalam dan universal.

Film Woo-Woo menyoroti pengalaman subjektif karakter dalam menghadapi kesepian tanpa banyak pengalihan atau subplot. Dalam film ini, Ismail Basbeth mengeksplorasi estetika visual yang minimalis dan fokus pada nuansa emosional. Hal ini kontras dengan beberapa filmnya yang lain, dimana penggunaan teknik sinematografi lebih beragam dan kompleks. Misalnya, dalam film Ritual karya Ismail Basbeth juga bermain dengan ritme dan penyuntingan untuk menciptakan ketegangan, sedangkan Film ini

lebih bersifat introspektif dan mengutamakan pengalaman emosional karakter. Dengan tema kesepian yang kuat, pendekatan naratif yang sederhana, serta estetika visual yang minimalis, film ini menonjol sebagai karya yang berbeda dalam filmografi Ismail Basbeth.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan rumusan masalah yang akan di teliti adalah:

1. Bagaimana strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog pada film Woo-Woo?
2. Apa tantangan dan adaptasi dalam strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog pada film Woo-Woo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog pada film Woo-Woo.
2. Mengetahui tantangan dan adaptasi dalam strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog pada film Woo-Woo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk para civitas akademik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema yang sama.
- c. Penelitian ini diharapkan untuk menambah kajian bidang ilmu tentang strategi kreatif pengkonsepan dan Film Tanpa Dialog.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi khalayak, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan para peneliti tentang strategi kreatif pengkonsepan dan film tanpa dialog.
- b. Bagi peneliti, selain bermanfaat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, penelitian ini dapat menjadi alat untuk menambah ilmu pengetahuan terutama terkait strategi kreatif pengkonsepan dan terkait Film tanpa dialog.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan untuk mendukung penelitian ini diperlukan penelitian-penelitian terdahulu dimana tema, teori maupun metode yang relatif sama dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian pertama dilakukan oleh Kamilatus Sa'adah pada tahun 2023 dengan judul **Strategi Kreatif Santri Dalam Produksi Film (Studi Kasus Film Wahai Asad Pondok Pesantren Al-Iman Bulus Purworejo)**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif dalam produksi film "Wahai Asad" meliputi 4 dimensi konsep kreatif Mell Rhodes: person, process, press, dan product. Proses penting dalam formulasi strategi tersebut mencakup brainstorming, riset, dan pembuatan naskah, yang kemudian diimplementasikan dalam adegan dialog yang meliputi skenario, artistik, sinematografi, dan musik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait strategi kreatif pada konten media. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode untuk memperoleh data akurat di lapangan. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti strategi kreatif pada film. Perbedaannya adalah, penelitian sebelumnya meneliti strategi kreatif dalam produksi film, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog.

Penelitian kedua dilakukan oleh Reno Ryandra dan Syaifuddin pada tahun 2022 dengan judul **Strategi Kreatif dalam Film Lemantun Karya**

Wregas Bhanutedja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reno Ryandra dan Syaifuddin, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses kreatif yang dilakukan oleh Wregas Bhanutedja dan tim produksi dalam pembuatan film pendek Lemantun, sehingga berhasil menarik lebih dari 327.370 penonton di kanal YouTube Wregas Bhanutedja. Penelitian ini berfokus pada strategi kreatif program dan bagaimana tim kreatif film pendek Lemantun menyampaikan ide serta pesan kepada penonton melalui film tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para key informan dan informan, yang terdiri dari sutradara, produser, dan penata sinematografi film pendek Lemantun, memiliki pandangan yang sama terkait film tersebut. Film Lemantun memiliki beberapa tahapan strategi kreatif, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada film ini, fokus utamanya berada pada tahap pra-produksi, di mana tim kreatif menentukan judul film, konsep program, pemilihan pemain, dan penulisan naskah. Hal ini dilakukan agar pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton. Umpan balik dari penonton terhadap film Lemantun dapat dikatakan positif. Pesan yang ingin disampaikan oleh tim kreatif, yaitu tentang rahim seorang ibu dan kepercayaan serta rasa cinta seorang ibu terhadap keluarganya, dapat diterima dengan baik oleh penonton, sebagaimana terlihat dari komentar mereka di kanal YouTube Wregas. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti strategi kreatif pada film. Perbedaannya adalah, penelitian sebelumnya meneliti film pendek Lemantun, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan meneliti film Woo-Woo.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Gede Bayu Segara Putra pada tahun 2021 dengan judul **Analisis Strategi Kreatif Pada Iklan Bank BJB “Anti Panik Dengan BJB Digi” Pada Tahun 2020**. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi kreatif dalam perancangan iklan Bank BJB versi "anti panik dengan bjb digi" telah

dirancang dengan sangat baik. Iklan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang layanan transaksi digital "BJB Digi" serta memberikan nilai tambah dengan pesan terkait inovasi, keunggulan, dan perbaikan kualitas layanan. Target sasarannya adalah masyarakat Indonesia dengan penghasilan dan mobilitas tinggi yang dapat dimudahkan dalam melakukan transaksi. Pemilihan media televisi, media sosial, dan YouTube juga tepat untuk menjangkau pasar yang lebih luas di era digital. Konsep kreatif yang unik dengan memadukan emosi positif dan negatif, seperti rasa takut, panik, dan humor, berhasil menghasilkan visualisasi iklan yang menarik dan berbeda dari iklan-iklan perbankan pada umumnya. Perencanaan strategi kreatif pada iklan ini dirancang berdasarkan tujuan iklan, target sasaran, dan pemilihan media untuk memastikan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Iklan ini termasuk dalam jenis iklan informatif dan juga dapat digolongkan sebagai iklan dengan tujuan penambah nilai. Pengiklan menggunakan konsep kreatif yang unik dengan memadukan emosi positif dan negatif dari audiens untuk menciptakan visualisasi iklan yang menarik dan berbeda dibandingkan dengan iklan-iklan pada industri perbankan lainnya. Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang strategi kreatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian terdahulu meneliti strategi kreatif pada iklan sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti strategi kreatif pengkonsepian pada film.

Penelitian keempat dilakukan oleh Muhammad Ali Mursid Alfathoni dan Triadi Sya'dian pada tahun 2022 dengan judul **Strategi Kreatif Proses Produksi Program Acara Lentera UPU**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Dalam memproduksi sebuah program acara, tim produksi membutuhkan strategi kreatif. Adanya strategi kreatif menyebabkan program acara yang diproduksi dapat berjalan dengan maksimal dan mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi kreatif yang digunakan dalam memproduksi program

acara Lentera UPU terdiri dari tiga tahapan, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi, banyak persiapan dilakukan agar proses sebelum masuk ke tahap produksi tersusun dengan baik. Selanjutnya, pada tahap produksi, ide awal yang sudah disusun pada saat pra produksi akan diimplementasikan. Strategi kreatif terakhir yang digunakan adalah pascaproduksi, di mana hasil produksi akan dikemas sebaik mungkin agar layak ditayangkan secara live streaming melalui akun media YouTube Universitas Potensi Utama. Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang strategi kreatif. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti strategi kreatif proses produksi program acara, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi kreatif pengkonsep film tanpa dialog.

Penelitian kelima dilakukan oleh Qori Rachmawati dan Doddy Wihardi pada tahun 2018 dengan judul **Strategi Kreatif Produser Program Jejak Petualang Di Trans 7 Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah program acara Jejak Petualang memiliki format magazine dengan variasi konten dan konsep yang berbeda-beda pada setiap episodenya. Salah satu strategi yang dilakukan produser dalam mengemas tayangan Jejak Petualang adalah dengan memilih materi liputan yang menarik, serta menyajikan informasi yang lebih mendalam mengenai potensi alam, wisata budaya, dan sosial budaya masyarakat. Melalui program ini, masyarakat dapat mengetahui berbagai macam budaya yang ada di Indonesia, sehingga program Jejak Petualang berperan sebagai referensi tontonan yang informatif dan mendidik. Program ini juga bertujuan untuk mengedukasi, menghibur, serta memperluas wawasan budaya masyarakat. Dengan mengajak masyarakat untuk mempelajari dan mengekspresikan budaya dalam kehidupan sehari-hari, diharapkan kebudayaan Indonesia tetap terjaga dan lestari. Selain itu, program Jejak Petualang juga berperan dalam mengeksplorasi kebudayaan Indonesia yang

belum banyak diketahui masyarakat, sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan lokal untuk melakukan perjalanan ke berbagai daerah di Indonesia, dengan tetap memperhatikan budaya lokal yang terdapat di dalamnya. Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang strategi kreatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang terdahulu meneliti tentang strategi kreatif produser pada program acara di Tv sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang strategi kreatif pengkonsep pada film.

2. Kerangka Teori

1. Strategi kreatif

Berpikir kreatif menjadi strategi dasar dalam menciptakan sebuah program dan gagasan isinya. Strategi kreatif ini kemudian diwujudkan dalam bentuk rencana kerja kreatif (*creative workplan*) yang digunakan sebagai dasar untuk pelaksanaan eksekusi kreatif. Dalam industri penyiaran, strategi merupakan hal penting yang digunakan untuk bersaing dengan stasiun penyiaran lain dalam memperebutkan audiens. Setiap stasiun penyiaran selalu merancang program-programnya secara strategis, dengan tujuan untuk tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsa. Hal ini dilakukan agar stasiun penyiaran tersebut dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah penonton. Dengan kata lain, kreativitas dan strategi merupakan dua hal yang saling berkaitan dalam industri penyiaran. Stasiun penyiaran harus mampu berpikir kreatif dalam merancang program-programnya, dan kemudian mengemas program tersebut secara strategis agar dapat bersaing dan menarik minat pemirsanya. (Qory Rachmawati Dewi, Doddy Wihardi, 2018).

Strategi kreatif merupakan elemen penting dalam memproduksi film yang sukses. Strategi kreatif melibatkan perencanaan yang matang, penelitian, dan penggunaan elemen kreatif yang inovatif untuk mencapai tujuan film yang menarik dan dapat mempertahankan audiens. Strategi pengkonsep adalah pendekatan yang digunakan untuk merencanakan

dan mengatur proses pengembangan konsep baru. Ini melibatkan serangkaian langkah dan keputusan yang diambil untuk menghasilkan konsep yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna atau pemangku kepentingan. (Kunci et al., 2019)

Strategi pengkonsepan mencakup pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pengguna, penelitian pasar, analisis kompetitif, dan pendekatan berbasis pengguna. Dengan demikian, strategi pengkonsepan bertujuan untuk mengembangkan konsep yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target audiens, serta dapat bersaing di pasar. Dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif dan strategi pengkonsepan merupakan dua aspek penting dalam memproduksi film yang sukses dan dapat menarik serta mempertahankan minat audiens. (Viore Syahputri et al., 2023)

Strategi pengkonsepan pada film merujuk pada serangkaian perencanaan dan tindakan yang diambil untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan sebuah film. Ini mencakup berbagai aspek mulai dari pengembangan ide awal, penulisan naskah, pemilihan lokasi syuting, hingga strategi distribusi dan promosi film tersebut. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa film yang dihasilkan tidak hanya berkualitas tinggi secara teknis dan artistik, tetapi juga dapat menarik perhatian dan menyentuh audiens, serta mencapai tujuan komersial yang diinginkan. Ini juga melibatkan pengumpulan ide, sesi brainstorming, pemodelan konseptual, prototyping, pengujian, dan literasi. Strategi pengkonsepsian film adalah proses pemikiran dan pembuatan rencana untuk membangun dan mengembangkan produk film. (Muafa & Junaedi, 2020)

Strateginya meliputi pengembangan konsep film, pengembangan karya, pengembangan kreativitas, pengembangan produksi, pengembangan pemasaran, dan pengembangan distribusi. (Mohammad Permata, Saptya Rangga, 2018). Hal ini melibatkan serangkaian langkah untuk mengatur visi artistik, cerita, karakter, estetika visual, dan elemen-elemen penting lainnya yang akan membentuk inti dari film tersebut.

Berikut adalah beberapa komponen penting dalam strategi pengkonsepan film:

- b. Ide Konseptual: Strategi pengkonsepan film dimulai dengan ide konseptual atau premis dasar film. Ini bisa berupa gagasan cerita, tema utama, atau konsep yang menarik untuk dijelajahi dalam film tersebut.
- c. Penulisan Naskah: Setelah ide konseptual ditetapkan, langkah selanjutnya adalah menulis naskah. Naskah film akan menyusun cerita, adegan, dialog, dan karakter yang akan muncul dalam film. Proses penulisan naskah melibatkan pengembangan karakter, struktur naratif, dan alur cerita yang konsisten.
- d. Visualisasi: Strategi pengkonsepan film juga melibatkan visualisasi atau penciptaan gambaran visual tentang bagaimana film tersebut akan terlihat secara keseluruhan. Ini melibatkan pemilihan gaya sinematografi, warna, pencahayaan, set, kostum, dan elemen visual lainnya yang akan membantu menciptakan atmosfer dan suasana yang diinginkan.
- e. Pemilihan Pemeran: Strategi pengkonsepan film juga mencakup pemilihan pemeran yang tepat untuk memerankan karakter dalam cerita. Proses casting melibatkan audisi, penilaian kemampuan akting, dan kesesuaian dengan karakter yang ada dalam naskah.
- f. Pembuatan Storyboard: Storyboard adalah serangkaian gambar berurutan yang menggambarkan setiap adegan dalam film. Pembuatan storyboard memungkinkan tim produksi untuk memvisualisasikan secara rinci komposisi kamera, gerakan kamera, dan urutan adegan dalam film.
- g. Desain Produksi: Desain produksi melibatkan penentuan estetika visual film, termasuk desain set, kostum, tata rias, dan

elemen-elemen produksi lainnya. Tujuannya adalah untuk menciptakan dunia film yang konsisten dengan visi artistik yang diinginkan.

- h. Penentuan Anggaran: Strategi pengkonsepan film juga mempertimbangkan aspek anggaran. Hal ini melibatkan penentuan sumber daya yang diperlukan untuk merealisasikan visi film, termasuk biaya produksi, gaji kru, dan pengeluaran lainnya. Anggaran harus sesuai dengan visi dan skala film yang diinginkan.
- i. Penjadwalan Produksi: Penjadwalan produksi melibatkan penentuan urutan dan durasi produksi setiap adegan dalam film. Penjadwalan yang efisien dan terencana dengan baik penting untuk mengoptimalkan waktu dan sumber daya yang tersedia.
- j. Pengawasan Produksi: Strategi pengkonsepan film juga melibatkan pengawasan produksi secara keseluruhan. Ini mencakup pengawasan proses produksi, koordinasi antara anggota kru, dan pemantauan agar film tetap sesuai dengan visi dan rencana awal.
- k. Pascaproduksi: Setelah produksi selesai, strategi pengkonsepan film juga melibatkan tahap pascaproduksi, termasuk penyuntingan, pengolahan audio, efek khusus, dan tahap penyelesaian lainnya untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan.

Strategi pengkonsepan film membantu memastikan bahwa semua aspek film direncanakan secara menyeluruh sebelum produksi dimulai. Ini memungkinkan tim produksi untuk memiliki panduan yang jelas dan konsisten dalam mengarahkan proses produksi agar sesuai dengan visi dan tujuan artistik yang diinginkan. (Astuti Ayu Endra Putri Devi Sartika, 2018).

Analisis SWOT menurut jurnal yang ditulis Dwijaya et al. (2021), SWOT merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan strategis yang banyak digunakan dalam merancang dan mengevaluasi kebijakan, program, maupun produk kreatif, termasuk di dalamnya karya film. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman), yang masing-masing menggambarkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan suatu proyek. Mukhlisin dan Pasaribu dalam Hassandi et al. (2022), menyatakan Analisis SWOT didasarkan pada gagasan bahwa strategi yang baik adalah strategi yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang sebaik mungkin, sekaligus mengurangi atau mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada. Dalam konteks perfilman, analisis ini dapat diterapkan untuk menilai potensi kreatif sebuah film, mulai dari keunggulan cerita, kekuatan tim produksi, dan kualitas visual sebagai faktor kekuatan hingga keterbatasan anggaran, distribusi yang sempit, serta terbatasnya produksi sebagai bagian dari kelemahan. Melalui analisis ini, penulis dapat mengetahui bagaimana strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog.

2. Film Sebagai Medium Pesan

Film merupakan media yang multifungsi, tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui medium cerita, tetapi juga sebagai sarana ekspresi artistik bagi para seniman dan kreator film dalam mengungkapkan gagasan serta ide-ide kreatif yang mereka miliki. Dengan kata lain, film dapat dilihat sebagai sebuah alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai macam pesan kepada masyarakat luas, sekaligus menjadi wadah bagi para seniman perfilman untuk mengekspresikan visi dan kreativitas mereka. Dalam hal ini, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, melainkan juga sebagai medium untuk menyuarakan berbagai ide, pesan, dan perspektif yang ingin disampaikan oleh para kreator nya kepada

audiens. Di balik fungsi film sebagai sarana hiburan, terdapat pesan-pesan penting yang terkandung di dalamnya, dan potensi untuk mempengaruhi serta membentuk masyarakat. (Syahrul Huda & Solli Nafsika, 2023)

Film merupakan bentuk seni yang melibatkan produksi gambar bergerak yang ditampilkan pada layar, biasanya terdiri dari serangkaian gambar bergerak yang disertai dengan suara, musik, dialog, dan efek khusus. Film memiliki kemampuan yang unik untuk menyampaikan cerita, menghibur, menginspirasi, dan mempengaruhi penonton melalui penggunaan elemen-elemen audio visual yang menarik. Dengan demikian, film tidak hanya sekadar media hiburan, tetapi juga sarana untuk menyampaikan pesan-pesan yang dapat berdampak pada pembentukan pemikiran dan perspektif masyarakat. Pemahaman akan potensi film untuk mempengaruhi khalayak menjadi penting dalam konteks kreasi, produksi, dan pemanfaatan film sebagai medium komunikasi yang efektif. (Izdihar Hasri et al., 2023). Sumber film berasal dari berbagai sumber, termasuk:

- a. Naskah Asli: Beberapa film didasarkan pada naskah asli yang ditulis oleh penulis skenario. Naskah asli dapat berupa cerita orisinal yang dikembangkan khusus untuk film tersebut atau adaptasi dari karya tulis lain, seperti novel, cerpen, drama, atau komik.
- b. Adaptasi Literatur: Banyak film diadaptasi dari karya sastra yang sudah ada, seperti novel, cerita pendek, puisi, atau drama. Para pembuat film mengambil cerita dan karakter dari sumber literatur dan mentransferkannya ke dalam format film.
- c. Karya Sejarah atau Biografi: Beberapa film terinspirasi oleh peristiwa sejarah atau kehidupan nyata tokoh terkenal. Para pembuat film melakukan penelitian mendalam tentang peristiwa atau tokoh tersebut dan mengadaptasikannya ke dalam narasi film.
- d. Film Dokumenter: Film dokumenter adalah jenis film yang menggambarkan peristiwa, fenomena, atau tokoh-tokoh nyata.

Sumber film dokumenter adalah peristiwa nyata yang direkam dan diolah menjadi narasi yang koheren.

- e. Ide Asli dan Konsep Unik: Beberapa film lahir dari ide orisinal para pembuatnya. Ide-ide ini bisa datang dari pengalaman pribadi, observasi, imajinasi, atau pemikiran kreatif. Para pembuat film mengembangkan ide-ide ini menjadi konsep yang lebih besar dan menghasilkan film yang unik.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan saya lakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif, yang dimana itu untuk menghasilkan data deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu tradisi yang berakar pada tradisi humanistik, yang menekankan pada pemahaman makna dan pengalaman manusia dalam konteks sosialnya. Penelitian kualitatif juga disebut sebagai penelitian naturalistik karena dilakukan dalam konteks alami tanpa manipulasi dari peneliti. Selanjutnya, teknik analisis yang akan diterapkan adalah kualitatif interview.

Kualitatif interview adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan perasaan individu. Berbeda dengan metode kuantitatif yang berfokus pada angka dan statistik, kualitatif interview lebih menekankan pada pemahaman konteks dan makna di balik data yang dikumpulkan. Jenis kualitatif interview yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara terstruktur yang dimana peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya, lalu responden diberikan pertanyaan yang sama dengan urutan yang sama.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif interview dengan jenis wawancara terstruktur, penelitian ini akan berusaha untuk mengeksplorasi dan memahami secara lebih mendalam makna yang terkandung dalam fenomena atau objek yang dikaji.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan, mulai dari bulan Oktober 2024 hingga bulan April 2025. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di *Production House* Bosan Berisik Lab yang berada di Kota Yogyakarta.

3. Informan Penelitian / Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah Giovanni Rahmadeva sebagai sutradara film *Woo-Woo*, lalu Nadya Safira sebagai karyawan *Production House* Bosan Berisik Lab.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penelitian ini akan menggunakan teknik wawancara mendalam atau terstruktur. Wawancara merupakan percakapan antara peneliti dan responden atau partisipan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. (Zaenul & Rosdiana, 2021). Peneliti akan mengajukan sejumlah pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya kepada partisipan terpilih berdasarkan kriteria tertentu. Tujuannya adalah untuk menggali secara rinci dan mendalam pengalaman atau pemahaman partisipan tentang analisis strategi kreatif pengkonsepan pada film. Meskipun memiliki pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur, peneliti akan bersikap fleksibel dalam mengeksplorasi topik secara lebih mendalam sesuai dengan alur percakapan. Pengumpulan data akan dilakukan dengan mewawancarai informan yang sering menonton film, agar dapat memperoleh perspektif yang kaya dan komprehensif terkait dengan topik penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Hasil Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan mengikuti alur dari proses pengumpulan hingga penarikan kesimpulan. Tahap awal dimulai dengan perangkuman data, yaitu memilah dan memilih serta merangkum informasi yang sesuai dari hasil wawancara, observasi. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian disisihkan agar analisis lebih terarah pada strategi kreatif pengkonsepan film tanpa

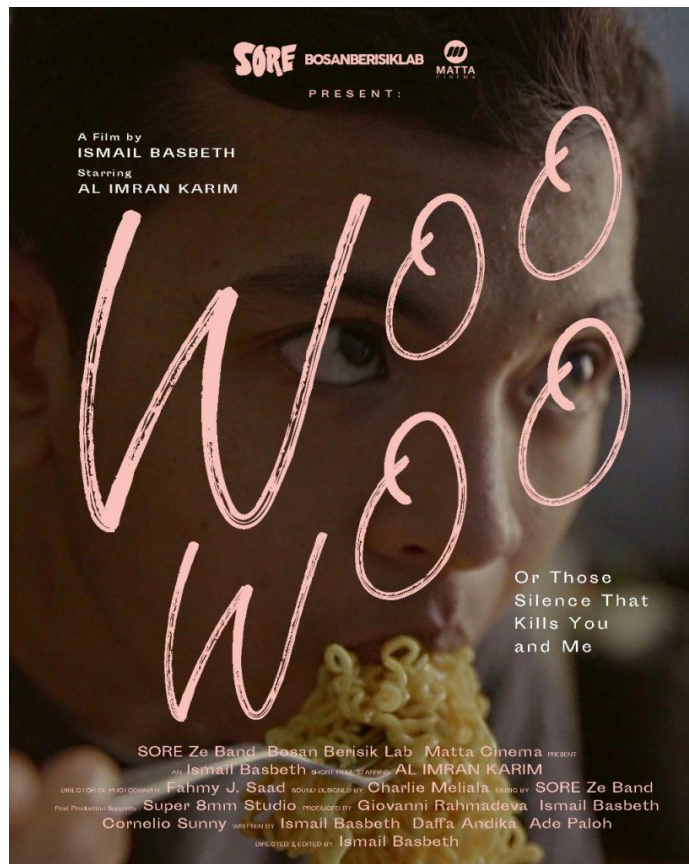
dialog. Setelah itu, data yang telah dirangkum kemudian disusun dalam bentuk narasi sehingga peneliti dapat melihat pola, hubungan, dan tema yang muncul secara lebih jelas.

Tahap berikutnya adalah penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penyajian dilakukan dalam bentuk deskripsi yang memudahkan peneliti menafsirkan bagaimana strategi kreatif diwujudkan dalam tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan dengan mengaitkan temuan lapangan pada kerangka teori strategi kreatif dan analisis SWOT. Kesimpulannya dikonfirmasi dengan data lapangan agar tetap cocok dan konsisten. Dengan cara ini, analisis data mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana komunikasi makna dibangun dalam film *Woo-Woo* melalui pendekatan kreatif dan non-verbal.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Film “Woo-Woo”



Gambar 2. 1 Poster Film Woo-Woo

“Woo Woo” adalah film pendek karya sutradara Ismail Basbeth yang dirilis pada 9 Maret 2019. Film ini berdurasi 14 menit dan mengisahkan Ali. Seorang pemuda berusia 19 tahun yang hidup dalam kesepian tanpa keluarga atau teman. Kesunyian yang dialaminya berubah menjadi teror yang mempengaruhi dirinya dan orang-orang di sekitarnya. Dengan atmosfer yang intens dan minim dialog, film ini berhasil menyampaikan nuansa emosional yang mendalam.

Film ini memiliki beberapa prestasi salah satunya mendapatkan nominasi Festival Film Indonesia tahun 2019 untuk Film Cerita Pendek Terbaik. Film ini merupakan adaptasi dari salah satu lagu band bernama

SORE. Keunikan dari film dan lagu yang berjudul Woo-Woo ini tidak hanya tanpa dialog namun juga saling berhubungan untuk menciptakan atmosfer yang khas dan emosional, serta menjadi sarana untuk mengekspresikan tema-tema dalam film. Secara keseluruhan film ini berhasil menggabungkan elemen seni visual, musik, dan cerita pribadi yang kuat untuk menghasilkan pengalaman menonton yang mendalam dan penuh makna.

B. Sinopsis Film “Woo-Woo”

Film “Woo-Woo” karya Ismail Basbeth adalah sebuah karya pendek yang mengisahkan perjalanan emosional seorang pria yang terjebak dalam kesepian dan kerinduan. Cerita dimulai dengan karakter utama bernama Ali yang tampak melankolis, berusaha menjalani hari-harinya di tengah kesunyian. Dalam suasana yang tenang dan reflektif, ia berinteraksi dengan berbagai elemen di sekitarnya, seperti benda-benda sehari-hari dan kenangan yang muncul dalam pikirannya. Momen-momen ini menggambarkan bagaimana kesepian dapat membentuk cara pandang seseorang terhadap kehidupan dan hubungan dengan orang lain.

Seiring berjalannya waktu, Ali mulai menghadapi berbagai situasi yang mengingatkannya pada orang-orang yang pernah hadir dalam hidupnya. Melalui flashback dan imajinasi, penonton diperlihatkan momen-momen indah yang pernah dialami oleh Ali, yang semakin menekankan rasa kehilangan dan kerinduan yang dirasakannya. Interaksi dengan lingkungan sekitar, seperti melihat orang-orang yang berpasangan atau mendengar suara tawa anak-anak, semakin memperdalam perasaannya akan kesepian. Film ini dengan cerdas menunjukkan bagaimana kenangan dapat menjadi pedang bermata dua, memberikan kebahagiaan sekaligus kesedihan.

Sinematografi dalam film “Woo-Woo” sangat mendukung narasi yang diusung. Ismail Basbeth menggunakan komposisi gambar yang indah dan pencahayaan yang tepat untuk menciptakan suasana yang mendalam. Setiap adegan dirancang dengan cermat untuk menyoroti emosi karakter,

sehingga yang menonton film ini dapat merasakan kesedihan dan harapan yang dialaminya.

Musik dari band Sore menambah kedalaman emosional film, menciptakan latar belakang yang harmonis dengan tema yang diangkat. Dengan pendekatan yang inovatif dan visual yang menawan, film Woo-Woo tidak hanya menjadi sebuah video musik, tetapi juga sebuah karya seni yang merenungkan pengalaman mereka sendiri tentang kesepian dan harapan.

C. Informasi Umum Film Woo-Woo

Tabel 2. 1 Informasi Umum Film Woo-Woo

Perusahaan Produksi	Bosan Berisik Lab Matta Cinema
Sutradara	Ismail Basbeth
Produser	Ismail Basbeth Giovanni Rahmadeva Cornelio Sunny
Penulis	Ismail Basbeth Daffa Andhika Ade Paloh
Penata Musik	Charlie Meliala
Sinematografer	Fahmy J. Saad
Editor	Ismail Basbeth
Negara	Indonesia
Durasi	14 Menit
Tanggal Rilis	09 Maret 2019

Prestasi	<p>Nominasi Festival Film Indonesia 2019 untuk kategori Film Cerita Pendek Terbaik.</p> <p>Pemenang Penjor Award pada BaliMakarya Film Festival 2022.</p> <p>Partisipasi dalam berbagai festival film, salah satunya pemutaran perdana di acara Film Musik Makan 2019 dan pemutaran di Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF).</p>
----------	---

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas temuan dan hasil penelitian mengenai analisis strategi kreatif pengkonsepan film tanpa dialog pada film Woo-Woo. Deskripsi data penelitian berikut merupakan hasil dari proses pengumpulan data lapangan dalam bentuk wawancara yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi atau penjelasan secara detail dan mendalam. Dalam deskripsi ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan informan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan Giovanni Rahmadeva selaku Produser dalam Film Woo-Woo. Dari hasil pencarian data dengan informan, maka data yang didapatkan adalah sebagai berikut:

A. Temuan

1. Strategi Kreatif pada Film Woo-Woo

a. Strategi Kreatif Pra Produksi pada Film Woo-Woo

1) Konsep Awal dan Ide Kreatif

Proyek Woo-Woo bermula dari inisiatif manajemen band Sore yang ingin membuat video klip untuk lagu berjudul Woo-Woo juga. Namun, saat proses pengembangan berlangsung, ide awal tersebut berkembang menjadi sesuatu yang lebih besar. Dalam diskusi antara manajemen band, sutradara Mas Mail, dan tim Bosan Berisik Lab, muncul gagasan untuk mengembangkan proyek ini menjadi film pendek. Ketertarikan Mas Mail terhadap lirik lagu yang tersayat banget dengan emosi dan simbolisme menjadi pemicu penting dalam perluasan konsep. *“Mas Mail bilang sayang kalo cuman video klip doang, sekalian yuk kita bikin film pendek aja,”* ungkap Giovanni Rahmadeva, produser film dan perwakilan manajemen Band Sore. Manajemen pun melihat peluang untuk menghasilkan dua bentuk karya video klip dan film pendek dengan upaya yang sama.

Lebih jauh, lirik lagu Woo-Woo menjadi landasan utama dalam penyusunan konsep naratif film. Mas Mail menafsirkan lagu tersebut

sebagai refleksi akan perasaan sepi dan keterasingan, yang kemudian diterjemahkan ke dalam tokoh utama bernama Ali. Karakter ini muncul dari hasil perenungan terhadap lirik yang “tersayat banget” dan dinilai mampu menangkap inti emosional lagu. Ali tidak hanya menjadi representasi dari isi lagu, tapi juga menjadi medium eksplorasi visual yang lebih bebas.

Dalam proses pengembangan ide tersebut, kolaborasi menjadi elemen penting yang memperkuat arah konseptual proyek. Seperti diungkapkan Giovanni dalam wawancara, proses ini berawal dari diskusi informal antara dirinya, almarhum Ade Surya Paloh, serta Mas Mail. Pertemuan ini menjembatani kolaborasi antara pihak manajemen band dan tim Bosan Berisik Lab. Pada saat itu, Mas Mail diberi kebebasan untuk memilih salah satu dari empat lagu yang akan diproduksi dalam bentuk video klip, dan ia memilih Woo-Woo karena keterikatannya secara emosional terhadap lirik lagu tersebut. Dari sinilah muncul dorongan untuk tidak sekadar menjadikannya video klip biasa, melainkan memperluasnya menjadi bentuk naratif yang lebih utuh dan berdurasi seperti film pendek.

Keputusan ini tidak semata-mata berdasarkan preferensi artistik, namun juga pertimbangan praktis. “*Dengan effort yang sama kita bisa dapat dua barang,*” ujar Giovanni, mengindikasikan adanya efisiensi produksi dalam menciptakan dua bentuk karya dari satu sumber inspirasi. Hal ini mencerminkan strategi kreatif yang tidak hanya responsif terhadap makna lirik, tetapi juga adaptif terhadap konteks produksi dan kolaborasi.

Dengan demikian, konsepsi awal film Woo-Woo tidak hanya lahir dari satu arah, tetapi merupakan hasil dari pertemuan lintas disiplin antara musik, sinema, dan performativitas tubuh. Konsep ini merepresentasikan sinergi antara pengalaman mendalam terhadap lirik lagu dan upaya interpretatif dalam bentuk visual, yang menjadikan film

ini bukan sekadar perpanjangan dari karya musik, melainkan sebuah entitas artistik tersendiri yang berdiri di antara dua medium.

a) Kekuatan Tema dan Estetika Kesepian

Kesepian menjadi tema sentral dalam film Woo-Woo, yang diekspresikan bukan melalui dialog atau konflik dramatis, melainkan lewat tindakan-tindakan sederhana yang dilakukan tokoh utama. Gestur sehari-hari seperti makan mie instan atau mengirim pesan singkat menjadi medium pesan untuk menyampaikan perasaan keterasingan dan kerinduan secara subtil. Pendekatan ini sengaja dipilih untuk menampilkan bagaimana emosi terdalam manusia dapat muncul dalam aktivitas yang terlihat biasa saja. Dalam wawancara, produser Giovanni Rahmadeva menjelaskan bahwa film ini memang tidak dibangun untuk dipahami secara naratif, melainkan untuk dirasakan,

“Kayaknya lebih kayak mungkin tipikal filmnya bukan yang harus dipahami tapi dirasain aja, karena storyline-nya sangat simpel, film ini nggak harus yang ada alur naik turunnya, pada akhirnya film ini ya dirasain aja.” (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Pernyataan ini menegaskan bahwa pengalaman emosional menjadi pusat dari narasi film. Tim produksi juga menekankan bahwa mereka ingin menyoroti keindahan dalam keseharian yang sering kali luput dari perhatian, seperti dijelaskan oleh Giovanni, *“Memperlihatkan keindahan keseharian yang sebenarnya simple tapi kayak indah aja buat orang.”* Melalui pendekatan visual yang hening dan tanpa dialog, Woo-Woo mengajak penontonnya untuk hadir secara emosional dan membangun koneksi empatik terhadap kesendirian yang dialami karakter utama. Maka, kesepian dalam film ini bukan sekadar latar emosional, tetapi menjadi pengalaman yang hidup melalui tindakan-tindakan kecil yang justru paling manusiawi.

Pendekatan film Woo-Woo terhadap tema kesepian tidak hanya dibentuk melalui cerita dan tindakan karakter, melainkan juga

merupakan hasil dari proses kreatif yang dipengaruhi oleh pemahaman mendalam terhadap makna lirik lagu yang menjadi dasar film ini. Dalam wawancara, Giovanni Rahmadeva mengungkapkan bahwa interpretasi terhadap lirik yang tersayat dan emosional menjadi titik tolak utama dalam menyusun gambaran keseharian Ali, karakter utama, yang tidak memiliki siapa-siapa untuk diajak berbicara. Ia menjelaskan bahwa sang sutradara, Mas Mail, sejak awal ingin menampilkan hari-hari terakhir seseorang yang kesepiannya begitu diam dan biasa, tidak meledak-ledak namun tetap menusuk. *“Kita coba mengandaikan orang yang seperti dia di akhir-akhir hidupnya itu seperti apa... ternyata biasa aja, masih normal menyiapkan semuanya kayak seperti biasa,”* ungkapnya dalam wawancara.

Strategi ini menjadikan kesepian bukan hanya sebagai latar suasana, namun benar-benar menjadi denyut utama narasi. Hal ini selaras dengan pendekatan sinematik film tersebut yang tidak mengandalkan alur dramatis, melainkan mengajak penonton untuk ikut larut dalam perasaan-perasaan yang sunyi dan tidak diucapkan. Dalam praktik produksinya, Giovanni juga menyebut bahwa nuansa keseharian inilah yang justru ingin dijadikan pusat perhatian. Film ini menunjukkan bahwa bahkan aktivitas sederhana seperti berjalan, menatap langit, atau mengirim SMS bisa memiliki beban emosional yang kuat jika ditempatkan dalam konteks kesepian yang mendalam. Dengan demikian, *Woo-Woo* bukan hanya berbicara tentang seorang individu yang merasa sendiri, tetapi juga tentang bagaimana kesunyian itu bisa dikomunikasikan tanpa kata-kata melalui detail keseharian yang diam namun bermakna.

b) Alasan Estetika, Bukan Teknis

Keputusan untuk tidak menggunakan dialog dalam film *Woo-Woo* bukanlah hasil dari keterbatasan anggaran produksi, melainkan sebuah pilihan estetis dan strategi kreatif yang telah dipertimbangkan secara matang sejak tahap awal konsepsi. Pendekatan ini muncul dari

keyakinan bahwa kekuatan naratif film dapat dibangun tanpa ketergantungan pada bahasa verbal. Dengan menempatkan ekspresi visual dan gesture tubuh sebagai alat utama komunikasi karakter, film ini menekankan pengalaman emosional yang lebih intuitif dan reflektif bagi penontonnya.

Pendekatan ini dipilih untuk menegaskan sifat introvert dan kontemplatif dari karakter Ali, yang sedang mengalami hari-hari terakhir dalam hidupnya. Ketiadaan dialog justru membuka ruang bagi penonton untuk merasakan keheningan, menyerap suasana, dan menafsirkan sendiri perasaan karakter utama. Hal ini juga memungkinkan penyampaian pesan yang lebih universal tanpa batasan bahasa. Narasumber menegaskan bahwa,

“Alasannya bukan karena biaya atau karena apa, kita coba mengandaikan orang yang seperti dia di akhir-akhir hidupnya itu seperti apa ternyata biasa aja, masih normal, menyiapkan semuanya kayak seperti biasa”. (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Oleh karena itu, keheningan dalam film ini bukanlah kekosongan, tetapi justru menjadi kekuatan naratif yang menyampaikan kedalaman emosi dan suasana batin dengan cara yang lebih subtil dan intim. Keputusan untuk menghilangkan dialog dari keseluruhan struktur naratif dalam film Woo-Woo dapat dipahami sebagai bentuk eksperimentasi kreatif yang berakar dari proses artistik yang intuitif dan kolaboratif. Dalam hal ini, narasi non-verbal tidak lahir dari keterbatasan sumber daya, tetapi dari keyakinan bahwa ada kekuatan komunikasi yang bisa dicapai hanya melalui visual dan gesture tubuh. Salah satu alasan mengapa pendekatan ini dipilih ialah karena karakter Ali, sebagai subjek cerita, memang tidak dibayangkan sebagai sosok yang komunikatif secara verbal. Produser menyebut bahwa karakter tersebut “hanya merespon ruang,” dan bahwa kesehariannya tidak melibatkan percakapan dengan siapa pun di sekitarnya. Pandangan ini

didasarkan pada representasi tentang seseorang yang secara sosial terisolasi, dan karena itu kehadiran dialog justru dianggap mengganggu intensi emosional film tersebut.

Lebih jauh, pendekatan yang tidak mengandalkan dialog juga memberikan kebebasan artistik bagi tim produksi untuk menyampaikan pengalaman karakter melalui bentuk lain, seperti ritme pergerakan kamera, komposisi ruang, serta ekspresi tubuh aktor. Hal ini sejalan dengan tujuan awal proyek yang ingin memvisualisasikan makna-makna lirik dalam bentuk sinema yang lebih reflektif. Dalam wawancara, produser juga menyampaikan bahwa pengalaman mereka selama proses kreatif berlangsung cukup cair dan spontan, karena sedari awal memang tidak ada target untuk membuat film yang harus dijelaskan secara verbal. *“Kita ingin diinterpretasikan lebih jauh, lebih liar, dan lebih bebas aja,”* ungkapnya, menunjukkan bahwa keterbukaan makna adalah bagian dari strategi yang disadari, bukan sekadar konsekuensi teknis.

Dengan demikian, ketiadaan dialog dalam Woo-Woo bukan sekadar pilihan gaya, tetapi merupakan bagian integral dari strategi naratif dan estetika yang memungkinkan penonton menyusun pengalaman menonton yang lebih reflektif dan personal.

2) Keputusan Naratif: Film Tanpa Dialog

a) Representasi Karakter Melalui Keheningan

Karakter utama dalam film Woo-Woo, yakni Ali, sengaja digambarkan sebagai sosok yang tertutup, penyendiri, dan penuh perenungan. Keputusan untuk tidak memberi karakter ini dialog bukan semata-mata gaya bercerita, tetapi mencerminkan secara langsung kepribadiannya yang lebih banyak berbicara melalui tindakan dan ekspresi tubuh daripada kata-kata. Mas Mail sebagai sutradara melihat potensi ekspresif dari Ali bukan dalam kemampuan berbicara, melainkan dari gestur tubuh dan ekspresi kesehariannya yang kuat. Dalam wawancara dijelaskan, *“Jadi memang konsepnya mau agak*

keseharian dalam satu hari sebelum hal itu dilakukan. Jadi memang orang kayak gitu punya tetangga yang diajak ngomong kan enggak.”

Karakter Ali tidak dibentuk untuk menjadi komunikatif secara verbal, melainkan sebagai pribadi yang menyerap dunia di sekitarnya dalam diam. Pendekatan ini terasa selaras dengan tema besar film tentang kesepian dan perpisahan. Bahkan, pemilihan Ali sebagai aktor pun tidak melalui proses casting formal, melainkan karena ketertarikan Mas Mail terhadap performa tari kontemporer Ali yang dinilai mampu menyampaikan emosi hanya lewat gerak. Dalam wawancara dijelaskan, *“Mas Mail lihat Ali ini orang yang menarik dan asik, terus dia bilang kalau Ali ini orang yang tepat, kayak keresahannya mirip dan lain-lain terus langsung nyambung.”*

Maka dari itu, ketidakberdialogan bukan hanya pilihan teknis, melainkan bagian dari strategi karakterisasi yang mendalam, untuk memperkuat empati penonton terhadap suasana batin sang tokoh.

Representasi karakter Ali melalui keheningan sejatinya merupakan bentuk narasi yang mengandalkan bahasa visual dan gestural sebagai medium utama komunikasi emosional. Dalam film *Woo-Woo*, tidak adanya dialog bukan berarti ketiadaan ekspresi, melainkan pergeseran dari kata-kata ke bentuk lain yang lebih subtil dan reflektif. Proses ini semakin menguat ketika Mas Mail sebagai sutradara melihat adanya potensi dalam tubuh Ali sebagai alat ekspresi utama. Giovanni, dalam wawancara, menjelaskan bahwa sejak awal Mas Mail tertarik pada bagaimana Ali sebagai penari merespon ruang dengan tubuhnya, dan bukan dengan kata-kata. *“Mas Mail ingin lihat Ali ini kesehariannya merespon tubuh bagaimana. penari kontemporer seperti ini gimana,”* ungkapnya.

Pendekatan ini memperlihatkan bahwa tubuh Ali bukan sekadar instrumen performatif, tetapi sekaligus menjadi alat penceritaan yang mampu menyampaikan emosi, konflik batin, hingga perjalanan spiritual tanpa harus diucapkan secara verbal. Dalam hal ini, gestur

tubuh menjadi jembatan antara pengalaman karakter dengan empati penonton. Karakter Ali digambarkan sebagai pribadi yang menyendiri, dan hal ini ditunjukkan bukan dengan pernyataan yang terperinci, tetapi dengan bagaimana ia berinteraksi secara diam dengan ruang, waktu, dan benda-benda di sekitarnya. Bahkan adegan-adegan sederhana seperti duduk, berjalan, atau sekadar menatap ruang kosong menjadi signifikan dalam membangun potret batin karakter utama.

Lebih dari itu, Giovanni juga menyebutkan bahwa pemilihan Ali dilakukan bukan karena melalui casting profesional, tetapi karena Mas Mail melihat bahwa keresahan pribadi Ali sebagai individu nyata sangat cocok dengan karakter dalam naskah. Pendekatan ini menunjukkan bahwa karakterisasi dalam *Woo-Woo* tidak dibentuk secara konvensional melalui skrip dan latihan dialog, tetapi lebih pada hubungan batin antara aktor dan karakter, antara tubuh dan emosi, antara diam dan makna.

b) Desain Naratif Efisien

Film *Woo-Woo* dirancang dengan pendekatan penulisan naskah yang sangat sederhana, mengandalkan satu lembar *rundown* aksi yang berisi urutan gerakan karakter dan lokasi pengambilan gambar. Tidak seperti proses produksi film pada umumnya yang dipandu oleh naskah lengkap dan *storyboard* terperinci, proyek ini memilih untuk fokus pada elemen-elemen inti, kemana karakter Ali akan bergerak dan apa yang akan dilakukannya, tanpa dialog atau arahan teknis yang rumit. *Rundown* tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan jadwal syuting yang disusun kronologis sesuai lokasi, dan seluruh pengambilan gambar diselesaikan dalam satu hari. “*Kita melakukannya cukup berurutan dari mulai rumah, jalan, naik angkot sampai ke ending-nya,*” jelas Giovanni.

Pendekatan ini bukan semata-mata karena keterbatasan, melainkan strategi sadar untuk menciptakan proses produksi yang efisien, fleksibel dan terbuka terhadap improvisasi di lapangan. Dengan

hanya menggunakan tim kecil dan satu kendaraan operasional, film ini menekankan efisiensi produksi sekaligus mempertahankan kedalaman visual dan *gestur* tubuh sebagai motor utama narasi.

Efisiensi naratif dalam film *Woo-Woo* tidak hanya tercermin pada durasi film yang singkat dan penggunaan satu lembar rundown sebagai pengganti naskah penuh, tetapi juga pada strategi kreatif yang disengaja untuk menjaga kesederhanaan sebagai bentuk kekuatan artistik. Ketimbang mengikuti struktur naskah formal dengan dialog dan blocking yang ketat, tim memilih untuk mengandalkan garis besar aksi yang memungkinkan improvisasi dan spontanitas di lapangan. Narasi pun berkembang melalui respons Ali terhadap lingkungan sekitar, bukan dari plot yang dipaksakan.

Selain itu, strategi efisien ini juga tampak dalam cara mereka menyusun desain produksi secara minimalis. Giovanni menjelaskan bahwa mereka hanya menentukan tiga area utama untuk pengambilan gambar. *“Kita hanya menentukan tiga cluster aja sebenarnya... dari rumah ke pasar naik angkot, abis itu kita jalan ke tempat keramaian,”* jelasnya, menandakan bahwa seluruh alur lokasi disederhanakan demi efektivitas kerja di lapangan.

Rencana tersebut juga selaras dengan niat mereka untuk tetap menjaga aspek keseharian yang melekat pada karakter utama. Dengan menghindari lokasi-lokasi yang dibuat-buat atau direka secara sinematik, tim produksi berusaha mempertahankan nuansa otentik dari kehidupan urban Jakarta. Giovanni menyebut bahwa mereka sengaja memilih area pinggiran kota sebagai lokasi syuting karena mempertimbangkan realitas karakter yang digambarkan. *“Orang kayak gitu ngumpetnya agak di luar kota dikit, di pinggiran Jakarta,”* ungkapnya. Pernyataan ini memperkuat bahwa efisiensi yang mereka jalankan bukan hanya persoalan logistik, tetapi juga berakar dari keputusan artistik yang berkaitan erat dengan karakter dan konteks cerita.

Dengan pendekatan yang mengutamakan efektivitas kerja, keluwesan tim, dan kesadaran visual yang tajam, Woo-Woo berhasil menghadirkan narasi yang tetap kuat secara emosional, meski dibangun dengan perangkat produksi yang minimal. Efisiensi di sini bukanlah kompromi, melainkan strategi kreatif yang membuat film ini tetap ekspresif meskipun dalam ruang kerja yang sederhana.

3) Penulisan Naskah dan Struktur Naratif

Proses penulisan naskah dalam film Woo-Woo menempati posisi yang unik dan non-konvensional. Tidak seperti film pada umumnya yang umumnya diawali dengan skenario yang detail dan dialog yang terstruktur, film ini justru dikembangkan melalui pendekatan yang lebih sederhana dan fleksibel. Narasumber menjelaskan bahwa pada praktiknya, *Woo-Woo* tidak memiliki naskah utuh. “*Seingetku malah tidak ada naskah-naskah, cuma satu lembar Ali akan action-nya apa mau ke mana,*” ungkap Giovanni Rahmadeva. Hal ini menandakan bahwa naskah dalam film ini lebih menyerupai daftar aksi harian yang disusun secara garis besar, seperti perjalanan dari rumah, naik angkot, hingga aktivitas makan siang yang dilakukan oleh karakter utama.

Struktur naratif dalam film Woo-Woo dibangun secara organik dan mengalir, mengikuti respons spontan dari lingkungan sekitar. Narasi dikembangkan tanpa dialog, sehingga penceritaan sepenuhnya bertumpu pada kekuatan visual dan ekspresi tubuh. Giovanni Rahmadeva sebagai narasumber menekankan bahwa pengembangan karakter dan alur cerita dalam film ini “*hanya merespon yang ada di sekitar kita aja, kita bener-bener spontan apa yang kita mau lakuin.*” Pendekatan ini memungkinkan film untuk mengutamakan pengalaman emosional secara langsung tanpa perlu melalui verbalitas atau narasi tekstual yang kaku.

Ketidakhadiran dialog mempengaruhi cara penggambaran konflik dan perjalanan karakter. Dalam film ini, konflik disampaikan

melalui visualisasi aktivitas keseharian yang sederhana, seperti makan mie dan mengirim pesan singkat. Narasumber menyebutkan bahwa adegan-adegan tersebut menjadi penting karena *“itu sudah jadi hal yang indah bagi orang-orang jadi kita kasih empati gitu.”* Dengan demikian, struktur naratif dalam film Woo-Woo tidak dibangun berdasarkan konvensi dramatik yang kompleks, melainkan dari momen-momen kecil yang menyentuh dan autentik.

b. Strategi Kreatif Produksi pada Film Woo-Woo

1) Strategi Visual Film Woo-Woo

Dalam film Woo-Woo, sinematografi tidak hanya difungsikan sebagai sarana menciptakan keindahan visual, tetapi lebih jauh lagi, digunakan sebagai alat untuk menyampaikan emosi dan membangun rasa. Karena film ini tidak menggunakan dialog, maka seluruh makna, perasaan, dan atmosfer harus ditransmisikan melalui gambar. Keheningan yang mendominasi film diimbangi oleh visual yang sarat makna melalui komposisi, ruang, dan gerakan kamera yang menyuarakan kesepian karakter utama. Narasumber menjelaskan, *“Kami sengaja menempatkan karakter utama sering kali di tengah frame dengan ruang kosong di sekelilingnya, baik di ruangan besar, lorong panjang, atau tempat umum yang ramai tapi tetap terasa asing.”*

Penggunaan ruang kosong dan penempatan karakter di tengah-tengah frame bukan tanpa alasan. Strategi ini dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa meskipun karakter secara fisik hadir di tengah keramaian, secara emosional ia tetap terisolasi. Hal ini membuktikan bahwa sinematografi dalam Woo-Woo adalah bagian dari bahasa emosional film, bukan sekadar aspek teknis. Ditegaskan oleh narasumber, *“Sinematografi bukan hanya alat teknis, tapi bagian dari bahasa emosional film,”*

Tegas narasumber. Setiap frame dirancang untuk menyampaikan kesunyian batin karakter dan memperkuat pengalaman afektif penonton. Dengan demikian, sinematografi dalam film ini

menjadi jembatan utama yang menghubungkan penonton dengan emosi yang ingin disampaikan, menggantikan fungsi dialog secara penuh dan efektif.

Pendekatan visual ini juga berkaitan erat dengan tujuan utama film, yaitu menyampaikan rasa kesepian melalui pengalaman batin karakter yang tidak dapat diungkapkan lewat kata-kata. Dalam wawancara, produser menjelaskan bahwa sejak awal mereka ingin agar penonton bisa ikut merasakan suasana yang dialami Ali secara langsung melalui gambar. Ia menyebut, *“Kalau untuk rencana visualisasi, kita cuma pengen agar rasa kesepian yang dirasakan Ali bisa sampai ke penonton aja, sih itu aja.”* Pernyataan ini memperjelas bahwa sinematografi menjadi instrumen utama dalam membangun koneksi emosional antara karakter dan penonton.

Selain itu, proses pemilihan gaya visual juga dilakukan secara organik, tanpa banyak referensi atau perencanaan formal seperti *moodboard* atau *storyboard*. Produser menyampaikan bahwa film ini dikembangkan tanpa banyak acuan visual karena mereka ingin menjaga spontanitas dan interpretasi bebas. Hal ini menegaskan bahwa strategi visual dalam Woo-Woo merupakan hasil dari intuisi artistik yang berjalan bersamaan dengan proses produksi, bukan sesuatu yang dikonstruksi secara ketat sejak awal.

Dengan pendekatan visual yang intuitif, ekspresif, dan diarahkan untuk membangun suasana batin, Woo-Woo menghadirkan pengalaman sinematik yang tidak bergantung pada struktur verbal. Justru melalui sinematografi yang dikerjakan dengan kesadaran emosi dan ruang, film ini mampu menghadirkan narasi yang mendalam dan menyentuh secara emosional.

2) Gaya Visual Realitas dan Emosional

Film Woo-Woo secara visual mengusung pendekatan estetika realisme, dengan menonjolkan kesederhanaan teknis dan pencahayaan yang alami atau bahkan cenderung minim pencahayaan atau *low light*.

Tujuan dari pemilihan gaya ini bukan semata karena keterbatasan alat, tetapi lebih kepada keinginan untuk mempertahankan keaslian suasana serta menangkap emosi yang nyata dari keseharian tokoh utama. Estetika ini sekaligus menjadi bagian dari strategi kreatif yang menyatu dengan tema besar film, yakni kesepian dan perenungan. Dalam wawancara, narasumber menyampaikan, *“Kalau visualisasi Mas Fahmi bilang kalau kita low budget dan sudah pasti low light, jadi memang konsepnya memang serealistis mungkin tapi agak terbang-terbang.”*

Ketiadaan pencahayaan buatan yang berlebihan membuat film ini terasa dekat dan jujur, seperti potret langsung dari kehidupan sehari-hari, bukan sesuatu yang dibuat-buat. Narasumber juga menambahkan, *“Kita mau pakai lighting kamera Osmo, namun waktu itu lagi rusak, jadi kita pakai seadanya aja,”*. Sebagai tambahan, narasumber juga menyampaikan bahwa fokus visual film ini bukan sekadar memperindah adegan, tetapi menciptakan kesan batiniah yang kuat. *“Kalau untuk rencana visualisasi, kita cuma pengen agar rasa kesepian yang dirasakan Ali bisa sampai ke penonton aja, sih itu aja,”* ungkapnya. Ini menunjukkan bahwa pendekatan visual yang digunakan bukanlah sekadar soal gaya, melainkan bagian dari strategi untuk mengkomunikasikan kondisi psikologis karakter utama.

Lebih jauh, pendekatan realisme yang digunakan dalam Woo-Woo memungkinkan penonton untuk merasakan suasana secara imersif. Tidak ada upaya untuk memperindah realitas dengan efek berlebihan atau tata cahaya yang artifisial. Bahkan, suasana kota yang ditampilkan dalam film tidak di glamorisasi, melainkan dibiarkan tampil sebagaimana adanya. Dalam wawancara, Giovanni menjelaskan bahwa seluruh proses produksi dilakukan di kawasan Jakarta Selatan dan sekitarnya, dan lokasi-lokasi tersebut dipilih karena mendukung kesan sehari-hari yang ingin dihadirkan. *“Kita hanya menentukan tiga cluster aja sebenarnya, kayak di Ciputat terus*

ke arah Blok M yang banyak kerumunan orang,” jelasnya, menandakan bahwa pemilihan lokasi pun mendukung pendekatan visual yang natural dan tidak dibuat-buat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi visual dalam *Woo-Woo* adalah bentuk sinematografi yang bukan hanya menyesuaikan dengan tema, tetapi juga merupakan sarana untuk menyampaikan kondisi psikologis karakter secara otentik. Kekuatan pendekatan ini terletak pada kesederhanaannya yang justru memungkinkan getaran emosional yang mendalam bagi penonton.

3) Narasi Visual Sebagai Pengganti Dialog

Dalam film *Woo-Woo*, narasi tidak dibangun melalui percakapan atau dialog, melainkan sepenuhnya melalui tindakan fisik, ekspresi wajah, dan gestur tubuh dari karakter utama, Ali. Pendekatan ini menjadi inti dari strategi bercerita film, di mana setiap emosi, konflik batin, dan perubahan suasana hati disampaikan secara visual. Ali sebagai tokoh utama tidak mengucapkan satu kata pun, namun justru dari diamnya itulah penonton diajak untuk masuk lebih dalam ke dalam dunia batinnya. Dalam wawancara dijelaskan bahwa, *“Kita ingin lihat Ali ini kesehariannya merespon tubuh bagaimana, penari yang kontemporer seperti ini gimana... jadi idenya mencampurkan kedua itu,”* (Giovanni Rahmadeva, manajer Band Sore dan produser film *Woo-Woo*).

Karena latar belakang Ali sebagai penari kontemporer, Mas Mail memanfaatkannya untuk membentuk karakter yang komunikatif secara tubuh. Gerakan-gerakan sederhana seperti berjalan, naik angkot, makan mie, atau mengirim SMS menjadi narasi kecil yang sarat makna. Hal ini menunjukkan bahwa dalam film ini, tubuh menjadi bahasa utama. Seperti yang disampaikan narasumber, *“Kita benar-bener spontan apa yang kita mau lakuin”* dan *“Kita hanya merespon yang ada di sekitar kita aja”*

Menggambarkan bagaimana proses pembuatan film ini juga bersifat organik dan mengalir, menyesuaikan dengan ekspresi Ali terhadap lingkungan sekitarnya. Dengan cara ini, film Woo-Woo membuktikan bahwa gesture dan visual dapat berbicara lebih lantang daripada dialog dalam menyampaikan kedalaman emosi manusia.

Lebih lanjut, narasi non-verbal ini juga terbentuk dari proses kreatif yang mengandalkan pengamatan atas karakter Ali sebagai individu nyata, bukan karakter fiktif yang dibentuk sepenuhnya melalui naskah. Dalam wawancara, Giovanni menyebut bahwa Mas Mail melihat potensi dalam diri Ali setelah mengamati gerak tubuh dan ekspresi saat menari. Ia mengatakan bahwa Mas Mail merasa cocok karena *“keresahannya mirip dan lain-lain, terus langsung nyambung dan untuk nge-direct-nya enggak sulit.”* Hal ini menunjukkan bahwa pilihan untuk membiarkan tubuh Ali yang berbicara adalah hasil dari relasi yang terbangun antara pembuat film dan subjeknya, bukan semata keputusan konseptual.

Pendekatan visual sebagai narasi juga membuat proses pengambilan gambar menjadi lebih peka terhadap momen-momen kecil yang bermakna. Karena tidak ada dialog yang harus dihafal atau dipastikan intonasinya, pengambilan gambar bisa menyesuaikan secara fleksibel dengan kondisi di lapangan. Hal ini tampak dari pernyataan produser bahwa film ini dibuat tanpa referensi atau acuan yang membatasi: *“Kita pure spontan ingin membuat film seperti ini.”* Dari sini terlihat bahwa strategi visual yang menggantikan peran dialog memang merupakan bagian dari struktur naratif yang cair dan intuitif.

Dengan menyatukan pengalaman tubuh dan ruang, serta membuka ruang interpretasi melalui gerakan, Woo-Woo membuktikan bahwa film tidak harus bicara untuk bisa bersuara. Tubuh Ali menjadi narator utama, yang lewat diam dan gestur, justru

mengundang empati penonton untuk ikut mengalami rasa yang tidak bisa diungkapkan lewat kata-kata.

4) Konsep Pelaksanaan Produksi

Konsep pelaksanaan produksi film Woo-Woo merupakan hasil dari kolaborasi cair antar individu dan entitas yang memiliki latar belakang berbeda, namun disatukan oleh visi artistik yang sejalan. Proses ini tidak dibangun secara konvensional melalui struktur yang kaku, melainkan melalui dialog kreatif dan pembagian peran yang berkembang secara organik berdasarkan kedekatan relasi, keterlibatan emosional, serta kecocokan nilai.

Salah satu hal yang menonjol dalam pelaksanaan produksi ini adalah fleksibilitas peran dan sinergi informal antara para pelaku produksi. Meskipun terdapat pembagian tugas secara implisit, batas-batas antara manajer, produser, dan tim kreatif menjadi lebih cair dan adaptif terhadap dinamika di lapangan. Hal ini terlihat dari pernyataan salah satu narasumber yang menjelaskan bagaimana ia awalnya hanya berperan sebagai manajer band Sore, namun dalam prosesnya turut terlibat lebih jauh hingga ke aspek produksi film,

”ini aku posisinya jadi belum jadi produsernya lah tanda kutip, ini aku jadi management Sore, kebetulan aku bekerja di sebuah production company jadi aku dengan mas Mail nyambung, jadi yaudah ayo kita bikin film pendek”. (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur produksi film Woo-Woo lebih menekankan pada kepercayaan antar individu dan kecocokan visi dibandingkan hierarki produksi formal. Bahkan dalam aspek penulisan naskah, pendekatan yang digunakan sangat minimalis dan berbasis pada rencana aksi alih-alih dialog yang terstruktur. Giovanni Rahmadeva sebagai narasumber menyampaikan bahwa,

“Seingatku malah tidak ada naskah-naskah, cuma satu lembar, Ali dari rumah habis itu naik angkot, jadi kita udah tau mau ngapain-ngapain udah ada, terus kita bikin breakdown syutingnya dalam

satu hari kalau nggak salah waktu itu". (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Penyusunan jadwal syuting pun dilakukan dengan sederhana dan efisien. Seluruh proses pengambilan gambar direncanakan hanya dalam satu hari, dan seluruh kru bekerja dalam kapasitas yang sangat ringkas. Dalam hal ini, keintiman dan komunikasi antar anggota tim menjadi kunci keberhasilan produksi. Giovanni Rahmadeva menyatakan: "*Ketika sudah dijalankan bukan sesuatu yang sulit karena memang kita jalan satu mobil kecil aja*".

Sementara itu, perencanaan lokasi dan produksi dilakukan dengan pendekatan realistis namun tetap mempertahankan nilai estetis. Lokasi yang dipilih disesuaikan dengan latar cerita dan karakter tokohnya, yaitu pinggiran kota Jakarta yang mencerminkan kondisi sosial dan psikologis karakter utama. Penentuan lokasi tidak melibatkan sketsa desain produksi yang rumit, melainkan melalui pengamatan langsung terhadap ruang yang merepresentasikan narasi film. Seperti yang dijelaskan oleh narasumber,

"kita hanya menentukan cluster rumah, cluster pasar, jadi kita memang memikirkan kalau untuk nge-bom itu dari mana ke mana cuman nggak mungkin di kota banget kan, jadi kayak di pinggiran kota Jakarta". (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Dengan keterbatasan anggaran, produksi film ini menekankan efektivitas dan kesederhanaan dalam semua aspek teknis. Tidak ada storyboard atau mood board, dan sebagian besar keputusan visual diambil secara intuitif di lapangan. Kendati demikian, pendekatan ini tidak mengurangi kualitas emosional film, justru menciptakan kedekatan dan keotentikan dalam penyampaian pesan visual.

Secara keseluruhan, konsep pelaksanaan produksi film Woo-Woo merepresentasikan model produksi berbasis kolaborasi organik, yang berakar pada keterbukaan komunikasi, fleksibilitas peran, serta respons

langsung terhadap ide dan ruang. Dalam konteks ini, film tidak sekadar menjadi hasil akhir dari perencanaan teknis, melainkan juga ekspresi kolektif dari proses yang bersifat lentur dan partisipatif

c. Strategi Kreatif Pasca Produksi pada Film Woo-Woo

1) Editing

Proses *editing* dalam film Woo-Woo tidak hanya berfungsi sebagai tahapan teknis untuk merangkai potongan-potongan gambar, melainkan sebagai strategi naratif yang secara sadar dirancang untuk mempertahankan kesan keintiman dan kesederhanaan. Dalam film yang menghindari penggunaan dialog secara total, editing mengambil peran krusial dalam membangun ritme, menyampaikan emosi, dan mengarahkan penonton pada pengalaman yang bersifat reflektif.

Berbeda dengan praktik penyuntingan pada umumnya yang seringkali mengandalkan teknik dramatik, transisi dinamis, atau ilustrasi visual dan suara untuk memperkuat pesan, film Woo-Woo justru menolak pendekatan tersebut. Tidak adanya dialog maupun narasi verbal menjadikan visual dan tempo adegan sebagai kanal utama untuk mengartikulasikan perasaan karakter. Oleh karena itu, proses *editing* tidak diarahkan untuk mempercepat alur atau menciptakan konflik dramatik, melainkan untuk memberi ruang jeda ruang yang memungkinkan penonton untuk benar-benar merasakan alih-alih sekadar memahami.

Seperti yang diungkapkan oleh narasumber: "*Kalau itu (editing ilustrasi) tidak ada karena kita juga pengen bikin film yang simpel aja, terus kita juga sangat low budget kan*", Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi editing dalam film ini bukan merupakan hasil dari keterbatasan semata, tetapi merupakan pilihan estetis yang konsisten dengan visi kreatif film. Penyuntingan dilakukan secara sederhana dan langsung, selaras dengan bentuk dan semangat film itu sendiri yang tidak mengandalkan struktur dramatik yang kompleks.

Film ini memang tidak dirancang untuk membawa penonton pada perjalanan naratif konvensional, melainkan pada lanskap emosi yang sunyi dan reflektif. Dalam hal ini, Giovanni Rahmadeva sebagai narasumber menyampaikan: *“Film ini nggak harus yang ada alur naik turunnya, pada akhirnya film ini ya dirasain aja.”*

Editing dalam Woo-Woo juga tidak dilengkapi dengan storyboard sebagai acuan visual, yang dalam produksi film umumnya menjadi panduan penting dalam penyuntingan gambar. Ketidakhadiran storyboard ini menjadikan proses editing sangat bergantung pada intuisi serta keterlibatan emosional para pembuat film terhadap rekaman yang mereka hasilkan. Hal ini ditegaskan oleh narasumber: *“Justru kalau storyboard nggak ada, aku bisa pastikan nggak ada, cuma tulisan aja karena kita nggak punya biaya untuk bikin video board atau storyboard.”*

Dengan demikian, editing dalam Woo-Woo merepresentasikan bentuk kerja kreatif yang intuitif dan berbasis pengalaman langsung di lapangan. Tidak ada rekayasa efek atau penambahan visual berlebihan; semua disusun untuk mempertahankan nuansa autentik yang telah dirancang sejak awal. Hasilnya adalah film yang memiliki irama tenang, penuh permenungan, dan menghadirkan kesan realisme yang kuat.

Secara keseluruhan, pendekatan *editing* dalam film ini memperlihatkan bagaimana keterbatasan teknis dan ekonomi tidak selalu menjadi hambatan, melainkan dapat melahirkan pilihan-pilihan artistik yang justru memperkaya pengalaman sinematik. Dalam kasus Woo-Woo, *editing* menjadi alat ekspresi yang senyap namun sangat signifikan dalam menyampaikan kedalaman rasa dan makna.

2) Strategi Distribusi dan Target Audiens

a) Sasaran Audiens

Sejak awal, film Woo-Woo tidak diarahkan untuk kepentingan komersial. Proyek ini lahir dari semangat kolaborasi dan ekspresi artistik, bukan sebagai bagian dari strategi distribusi arus utama atau untuk meraih keuntungan finansial. Oleh karena itu, film ini difokuskan untuk diputar dalam festival-festival film pendek, khususnya yang berada di kawasan Asia dan Asia Tenggara, yang dinilai lebih terbuka terhadap pendekatan visual eksperimental dan non-konvensional. Dengan karakteristik film yang cenderung kontemplatif, minim dialog, dan sarat nuansa emosional, para pembuatnya menyadari sejak awal bahwa karya ini tidak mudah diakses oleh pasar umum. Seperti disampaikan oleh Giovanni Rahmadeva sebagai narasumber,

"kita memang tidak menargetkan festival tertentu secara spesifik, namun menjadikan festival sebagai sarana untuk mempertemukan film ini dengan penonton yang lebih siap mengapresiasi pendekatan naratif alternatif," (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Alih-alih mengandalkan alur cerita yang kompleks, Woo-Woo mengusung pengalaman menonton yang bersifat afektif, di mana emosi dan intuisi menjadi jembatan utama antara karakter dan penonton. Film ini dimaksudkan untuk dirasakan, bukan dijelaskan, dengan menyajikan momen-momen kecil yang sederhana namun menyentuh. Pendekatan ini memungkinkan audiens untuk membangun interpretasi personal mereka sendiri terhadap kondisi batin tokoh utama. Dalam wawancara, tim produksi menekankan bahwa mereka ingin menampilkan keindahan dalam keseharian, betapapun biasa dan senyapnya, dan bahwa pengalaman emosional bisa muncul dari tindakan-tindakan sepele seperti makan mie atau mengirim pesan singkat. Dengan demikian, film Woo-Woo tidak sekadar menargetkan penonton luas, melainkan individu yang

terbuka terhadap pengalaman sinematik yang bersifat reflektif dan intuitif.

Pendekatan distribusi film ini tidak didorong oleh tekanan industri atau ekspektasi terhadap jumlah penonton, melainkan oleh keinginan agar film ini menemukan ekosistemnya sendiri. Produser menjelaskan, *“Kita juga enggak muluk-muluk, yang penting bisa ditonton di ruang yang pas aja,”* mengindikasikan bahwa orientasi utama mereka adalah pada kualitas pertemuan antara film dan audiens, bukan kuantitasnya.

Pernyataan tersebut memperkuat bahwa tim produksi menyadari betul bentuk film yang mereka buat, dan karena itu memilih jalur distribusi yang sesuai secara estetis maupun psikologis. Mereka lebih mengutamakan keterhubungan emosional antara penonton dan film, alih-alih angka capaian atau jangkauan luas. Dalam prosesnya, ruang-ruang apresiasi seperti festival dan pemutaran komunitas menjadi lebih relevan sebagai ruang temu yang setara.

Selain itu, karakteristik visual film Woo-Woo yang minimalis dan naratif yang non-verbal menjadikan film ini secara alamiah lebih resonan bagi audiens yang terbiasa atau terbuka terhadap pengalaman sinematik alternatif. Alih-alih mengandalkan konvensi naratif atau ekspektasi pasar, film ini justru memberi ruang bagi pemaknaan personal yang terbentuk melalui pengalaman menonton yang intim. Produser bahkan menyebut bahwa *“yang penting pesannya bisa sampai walaupun nggak dijelasin secara langsung.”*

Dengan pendekatan tersebut, sasaran audiens film ini menjadi sangat spesifik yaitu individu atau komunitas yang mengapresiasi film sebagai ruang perenungan, bukan sekadar hiburan. Maka, film Woo-Woo lebih cocok ditempatkan dalam konteks sinema alternatif dan eksperimental yang mengedepankan pengalaman estetis dan emosional sebagai pusat perhatian.

b) Keunikan dan Nilai Artistik

Film Woo-Woo merupakan contoh konkret bagaimana sebuah karya musik dapat ditransformasikan secara kreatif ke dalam medium visual sinematik tanpa kehilangan esensinya. Proses adaptasi ini tidak mengikuti pola formal atau mengacu pada referensi film lain, melainkan berangkat dari dorongan spontan dan pemaknaan personal terhadap lirik lagu. Narasumber menyatakan secara jelas bahwa:

“Untuk referensi kita nggak ada referensi sama sekali, kita pure spontan ingin membuat film seperti ini. Hal ini menandakan bahwa proyek film Woo-Woo berdiri atas dasar keinginan untuk bereksperimen dan merespon musik dengan medium yang lebih bebas dan intuitif atau berdasarkan kata hati.” (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Tidak adanya acuan formal serta minimnya struktur produksi konvensional seperti storyboard, skenario lengkap, atau moodboard justru membuka ruang untuk pendekatan yang lebih organik dan personal. Suasana produksi yang cair, didukung oleh kedekatan antara tim dan suasana kolaboratif yang terbangun, menjadikan proses pembuatan film ini sebagai bagian dari narasi emosional itu sendiri. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara,

“Yang berkesan ini karena jalan-jalan keseharian dengan bapak-bapak yang lain sama aktornya juga ngobrol-ngobrol segala macam, jadi kayak nggak ada bedanya dengan kita nongkrong pertama ketika dapat ide film ini.” (Wawancara dengan produser film Woo-Woo dan manajemen band Sore, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Proses produksi yang fleksibel ini bukan hanya sekadar cara kerja, melainkan menjadi nilai penting dalam membentuk karakter dan nuansa film. Film Woo-Woo pada akhirnya tidak hanya menjadi film pendek yang unik dalam bentuknya, tetapi juga sebagai hasil dari pengalaman kolektif dan personal yang menjadikannya karya yang autentik dan bernyawa.

Lebih lanjut, pendekatan intuitif yang digunakan oleh tim produksi menunjukkan bahwa eksperimentasi dalam Woo-Woo bukan sebatas pada bentuk, tetapi juga menyentuh dimensi kolaboratif dan spiritual dari proses kreatif itu sendiri. Dalam wawancara, Giovanni menjelaskan bahwa awal mula proyek ini terjadi karena dorongan emosional yang lahir dari diskusi santai, bukan perencanaan produksi konvensional. Ia menggambarkan bahwa film ini lahir dari semangat gotong royong dan relasi yang cair, ketika manajemen Sore dan Bosan Berisik Lab saling berbagi ide tanpa sekat. “*Di malam itu juga seperti ini,*” ujarnya, mengenang proses pertemuan yang menginisiasi gagasan film.

Pernyataan ini memperkuat bahwa proses penciptaan film ini bukan berasal dari industri yang terstruktur, tetapi dari ruang pertemanan dan emosi kolektif yang akhirnya membentuk bahasa artistiknya sendiri. Dalam konteks ini, Woo-Woo bukan sekadar hasil akhir dari proses produksi, melainkan representasi dari semangat kolaborasi yang intim, bebas, dan jujur.

2. Tantangan dan Adaptasi

Setiap proses produksi film, terlebih lagi yang mengusung pendekatan non-konvensional seperti Woo-Woo, tentu tidak lepas dari tantangan. Namun, yang menarik dari produksi ini adalah bagaimana tim mampu beradaptasi secara organik terhadap keterbatasan dan dinamika yang muncul sepanjang proses kreatif. Tantangan tidak semata dipahami sebagai hambatan, tetapi justru menjadi pemicu bagi munculnya strategi-strategi baru yang lebih fleksibel, intuitif, dan humanis.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan dalam relasi antar anggota tim yang belum saling mengenal secara mendalam. Kurangnya kedekatan awal menimbulkan hambatan komunikasi di fase awal produksi. Namun, seiring berjalannya waktu dan intensitas kebersamaan dalam proses kreatif, dinamika kerja tim menjadi

semakin cair dan adaptif. Hal ini diungkapkan oleh Giovanni Rahmadeva sebagai narasumber:

“Untuk kesulitannya kita belum saling kenal antara satu sama lain untuk meraba kebiasaan masing-masing yang kita belum tahu, mungkin kesulitannya di awal komunikasinya seperti apa kira-kira bagaimana, tapi ketika sudah dijalankan bukan sesuatu yang sulit karena memang kita jalan satu mobil kecil aja.” Wawancara dengan produser film *Woo-Woo* dan manajemen band *Sore*, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses adaptasi dalam produksi *Woo-Woo* tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga emosional dan interpersonal. Produksi dilakukan dengan skala yang sangat kecil dan intim, sehingga kepercayaan dan komunikasi non-verbal menjadi bagian dari strategi kerja yang tidak tertulis namun efektif.

Selain tantangan relasional, keterbatasan teknis juga menjadi isu yang harus dihadapi. Minimnya alat dan sumber daya, seperti ketiadaan storyboard, kamera dengan fitur lengkap, hingga tidak tersedianya peralatan pencahayaan profesional, menjadi ujian tersendiri. Namun, tantangan ini dijawab dengan semangat improvisasi dan kreativitas. Visualisasi tetap diwujudkan dengan pendekatan realistik dan “seadanya”, tanpa mengurangi kekuatan naratif film. Seperti yang disampaikan oleh Giovanni Rahmadeva:

“Kalau visualisasi, Mas Fahmi bilang kalau kita low budget dan sudah pasti low light... jadi memang konsepnya memang serealistik mungkin tapi agak terbang-terbang, tapi sebenarnya mau pakai lighting kamera Osmo namun waktu itu lagi rusak, jadi kita pakai seadanya aja.” Wawancara dengan produser film *Woo-Woo* dan manajemen band *Sore*, Giovanni Rahmadeva, tanggal 7 Februari 2025.)

Strategi adaptif juga tampak dalam bagaimana kru merespons kondisi sosial saat pengambilan gambar di ruang publik. Karena syuting dilakukan di lokasi nyata tanpa rekayasa set, tim harus menghadapi reaksi langsung dari masyarakat sekitar. Namun, tantangan ini tidak dianggap sebagai gangguan, melainkan bagian dari proses. Narasumber

menjelaskan: *“Paling diliatin orang-orang aja tapi kita biasa aja, cuek aja”* ucap Giovanni Rahmadeva.

Sikap semacam ini memperlihatkan etos produksi yang santai namun tetap fokus pada pencapaian artistik. Adaptasi dilakukan secara spontan, dan proses syuting pun diupayakan berlangsung dalam satu hari penuh agar tidak membebani semua pihak secara teknis maupun psikologis: *“karena kita memang rencananya satu hari saja untuk syutingnya dari pagi sampai malam, kita sesantai itu kok, paginya juga nggak yang pagi banget, dateng-dateng udah pada sarapan juga.”* ujar Giovanni Rahmadeva selaku Produser film Woo-Woo.

Keseluruhan strategi adaptif yang diambil oleh tim produksi Woo-Woo memperlihatkan bahwa tantangan bukan dihindari, tetapi didekati dengan sikap terbuka dan responsif. Adaptasi muncul bukan hanya sebagai solusi teknis, melainkan sebagai bagian dari kesadaran kolektif untuk menjaga atmosfer kerja yang cair, organik, dan tetap setia pada visi estetik film. Dalam konteks ini, Woo-Woo tidak hanya menjadi karya sinematik, tetapi juga menjadi cerminan dari praktik kolaboratif yang mampu menjadikan keterbatasan sebagai ruang kemungkinan.

B. PEMBAHASAN

Pada sub bab sebelumnya, peneliti telah memaparkan hasil wawancara dengan produser film Woo-Woo. Selanjutnya, peneliti akan membahas dan menganalisis hasil temuan tersebut berdasarkan dengan teori dan kerangka pikir yang dianggap relevan dan sesuai dengan topik yang dianggap relevan dan sesuai dengan topik yang diangkat.

1. Strategi Kreatif pada Film Woo-Woo

a. Strategi Kreatif Pra Produksi

Berdasarkan teori strategi kreatif yang menempatkan ide konseptual sebagai tahap awal dari keseluruhan proses produksi (Permata & Rangga, 2018), film Woo-Woo menunjukkan proses pengembangan ide yang khas dan tidak seperti biasanya. Gagasan awal yang berangkat dari niat untuk

membuat video klip lagu Woo-Woo karya band Sore berkembang menjadi proyek film pendek yang mengedepankan dimensi emosional dan narasi visual. Konsepsi ini sejalan dengan pemahaman Syahputri et al. (2023) bahwa strategi pengkonsepan film tidak hanya mengandalkan elemen teknis, tetapi juga didorong oleh pengalaman emosional serta keterlibatan kreatif lintas medium dalam hal musik dan sinema.

Tema kesepian yang menjadi inti naratif film bukan hasil dari proses dramatik yang kompleks, melainkan dari perenungan terhadap makna lirik dan kondisi psikologis karakter. Strategi kreatif ini sesuai dengan gagasan bahwa film adalah media ekspresi artistik sekaligus komunikasi sosial (Huda & Nafsika, 2023), di mana sutradara menggunakan film bukan sekadar sebagai produk hiburan, tetapi sebagai sarana menyampaikan renungan emosional yang bersifat universal.

Bentuk pengembangan ide semacam ini mencerminkan fleksibilitas kreatif yang muncul dari ruang diskusi kolektif dan keintiman emosional terhadap materi awal. Ketertarikan personal sutradara terhadap lirik lagu Woo-Woo menjadi titik pijak utama yang mengubah niat awal sebagai video musik menjadi proyek sinematik yang berdiri sendiri. Seperti yang diungkapkan dalam temuan, interpretasi terhadap lirik yang "tersayat banget" tidak hanya menjadi inspirasi tematik, tetapi juga membentuk konstruksi karakter dan suasana film secara menyeluruh. Dengan menjadikan musik sebagai pintu masuk menuju visualisasi batin tokoh utama, proses ini menunjukkan bahwa ide konseptual dalam strategi kreatif film tidak selalu bersumber dari skenario atau struktur dramatik konvensional, melainkan bisa lahir dari hubungan personal dan refleksi emosional terhadap medium lain, dalam hal ini musik.

Lebih dari itu, keputusan untuk mengembangkan proyek ini sebagai film pendek memperlihatkan adanya kesadaran strategis dalam melihat potensi kolaborasi band Sore dengan Bosan Berisik Lab. Dalam diskusi antara sutradara, manajemen band, dan tim Bosan Berisik Lab, terbentuk suatu pemahaman bahwa lagu Woo-Woo memiliki kekuatan emosional

yang cukup untuk diartikulasikan secara visual tanpa harus mengikuti kesepakatan naratif yang lazim. Pendekatan ini mencerminkan bahwa strategi pengkonsepian dalam produksi film dapat berakar dari intensi ekspresif dan sensitivitas kreatif terhadap medium lain, bukan semata-mata berangkat dari struktur naskah. Dalam konteks tersebut, *Woo-Woo* menjadi contoh bagaimana sebuah gagasan artistik dapat melebur antar disiplin dan diwujudkan menjadi narasi visual yang utuh, di mana emosi, estetika, dan medium saling menopang secara harmonis.

Keputusan untuk menghilangkan dialog dalam film *Woo-Woo* bukan sekadar strategi visual, melainkan bentuk pilihan naratif yang berakar pada estetika emosional. Dalam kerangka teori film sebagai media pesan (Hasri et al., 2023), pilihan ini menciptakan ruang pengalaman bagi penonton untuk merespons secara personal dan intuitif terhadap visual yang ditampilkan. Film ini menjadi cerminan strategi pengkonsepian yang menempatkan gestur tubuh, ruang, dan tempo sebagai pengganti verbalitas, yang justru memperkuat kedalaman batin karakter.

Lebih lanjut, konsep ini menegaskan pandangan Rachmawati dan Wihardi (2018) bahwa strategi kreatif tidak hanya merancang struktur produksi, tetapi juga menyusun pendekatan komunikasi yang menyasar sensitivitas audiens. Dalam konteks *Woo-Woo*, keheningan bukanlah keterbatasan, melainkan bahasa visual yang mampu menyuarakan kesepian secara reflektif dan mendalam.

Pilihan untuk meniadakan dialog dalam film ini juga menciptakan ruang interpretasi yang terbuka, di mana penonton tidak diarahkan secara eksplisit oleh kata-kata, tetapi diajak menyelami suasana, ritme, dan ekspresi tubuh yang hadir dalam layar. Seperti yang tampak dalam temuan, gestur dan ekspresi pemeran utama menjadi medium utama dalam menyampaikan konflik batin yang tak terucap. Hal ini sejalan dengan strategi pengkonsepian menurut Syahputri et al. (2023), yang menekankan pentingnya menjadikan elemen-elemen visual sebagai penggerak utama narasi, terutama dalam karya yang tidak berbasis dialog. Dalam kerangka

ini, film menjadi semacam ruang meditasi visual yang memungkinkan terbangunnya keterhubungan emosional secara perlahan, tanpa paksaan interpretasi dari bahasa verbal.

Selain itu, ketiadaan dialog juga memperkuat atmosfer perenungan yang menjadi jiwa film *Woo-Woo*. Kesunyian yang dibangun tidaklah pasif, melainkan aktif menggugah sensitivitas penonton terhadap detail kecil seperti sorot mata, gerak lambat, hingga suasana ruang yang kosong. Strategi ini membentuk cara komunikasi yang lebih dalam dan subtil, sebagaimana dijelaskan dalam teori Huda & Nafsika (2023), bahwa film sebagai media komunikasi dapat membentuk hubungan afektif melalui simbol, ritme, dan ruang. Dalam konteks *Woo-Woo*, keheningan itu sendiri menjadi bahasa: bukan hanya untuk menyampaikan rasa sepi, tetapi juga untuk mengajak penonton ikut merasakan kesendirian, kekosongan, dan kerentanan tokoh utama.

Dengan demikian, keputusan untuk tidak menggunakan dialog bukanlah bentuk eksperimen kosong, melainkan sebuah strategi komunikasi visual yang terencana dan penuh pertimbangan. Keheningan dalam film *Woo-Woo* tidak hanya mempertegas karakter naratif, tetapi juga menyatu dengan keseluruhan strategi kreatif mulai dari konsep, produksi, hingga pascaproduksi. Dalam kerangka strategi pengkonsepan film, pendekatan ini memperlihatkan bahwa keheningan bisa menjadi medium ekspresif yang setara, bahkan lebih kuat, dibandingkan dengan kata-kata. Film ini membuktikan bahwa kesunyian, jika dirancang secara sadar, dapat berbicara lebih keras daripada dialog yang panjang.

Dalam Proses penulisan naskah film *Woo-Woo* sebenarnya tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan Astuti Ayu Endra Putri Devi Sartika (2018), strategi pengkonsepan film umumnya mencakup penyusunan skenario lengkap dengan struktur naratif, dialog, hingga arahan teknis yang detail. Namun kolaborasi antara band Sore dan Ismail Basbeth serta Bosan Berisik Lab justru menafsirkan naskah secara lebih sederhana, hanya berupa selembarnya rundown aksi yang berfungsi sebagai

panduan umum tanpa dialog. Ketidaksesuaian ini pada akhirnya menjadi menarik, karena membuka ruang improvisasi yang lebih cair dan memungkinkan film berkembang secara alami di lapangan. Dengan cara tersebut, film *Woo-Woo* membuktikan bahwa ketiadaan naskah standar tidak selalu menjadi kelemahan, melainkan bisa menjadi strategi kreatif yang melahirkan karya pendek dengan kekuatan visual dan emosional yang tetap mampu menyentuh penonton.

Proses ini menunjukkan bahwa penulisan naskah tidak harus selalu berbentuk skenario panjang yang mendetail dengan dialog dan arahan teknis. Dalam film *Woo-Woo*, konsep naskah diartikan secara lebih bebas, yaitu sebagai panduan umum tentang gerak dan suasana yang ingin dicapai. Rundown aksi berisi rangkaian kejadian tanpa kata-kata ini memberi ruang lebih bagi proses eksplorasi di lapangan, baik bagi sutradara maupun aktor. Hal ini selaras dengan pendekatan kreatif yang menjadikan pengalaman artistik sebagai hal yang dinamis sesuatu yang tidak bisa sepenuhnya dirancang di atas kertas, melainkan juga dibentuk melalui respons langsung terhadap ruang, emosi, dan waktu saat pengambilan gambar.

Film *Woo-Woo* menunjukkan bahwa narasi tidak harus dibangun melalui eksposisi verbal. Sebaliknya, dengan menempatkan aktivitas harian dan gestur sebagai pusat narasi, film ini mengadopsi pendekatan yang menempatkan empati penonton sebagai titik temu utama antara medium dan pesan. Aktivitas seperti menyapu, menatap kosong, atau hanya duduk termenung menjadi bahasa visual yang kaya makna. Dengan mengandalkan hal-hal kecil yang tampak sederhana, film ini mengajak penonton untuk merasakan, bukan hanya mengerti. Hal ini sesuai dengan teori Rachmawati dan Wihardi (2018), yang menekankan pentingnya menyusun strategi komunikasi visual yang mampu menyentuh sensitivitas audiens, bukan sekadar menyampaikan informasi.

Pendekatan naratif yang demikian juga mempertegas bahwa strategi pengkonsepan yang kuat justru muncul dari keberanian untuk melawan pakem konvensional dan menyusun pengalaman menonton berdasarkan

sensitivitas ruang dan waktu. Dalam film ini, alur tidak dibangun untuk menciptakan klimaks atau penyelesaian konflik secara eksplisit. Sebaliknya, struktur naratif dibiarkan mengalir mengikuti ritme batin karakter utama. Tidak adanya lonjakan emosi atau konflik yang besar justru memperkuat rasa hening dan kosong yang menjadi jiwa dari cerita. Ini memperlihatkan bahwa strategi kreatif dapat mengambil bentuk yang lebih kontemplatif dan perlahan, asalkan tetap terarah dan selaras dengan pesan yang ingin disampaikan.

Dengan mengutamakan pengalaman visual dan atmosfer, film Woo-Woo memperluas pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan “naskah” dan “narasi” dalam film. Strategi semacam ini tidak hanya memberikan kebebasan bagi proses produksi, tetapi juga memberikan ruang lebih bagi penonton untuk menafsirkan makna secara personal. Dalam kerangka teori Syahputri et al. (2023), film seperti ini termasuk dalam pendekatan pengkonsepan yang berbasis afeksi, yaitu mengutamakan efek emosional yang ditimbulkan daripada eksplanasi yang eksplisit. Dengan kata lain, narasi film Woo-Woo dibentuk bukan dari kata-kata, tetapi dari keheningan, ruang, dan gerak yang mengendap dalam waktu.

Desain produksi yang minimalis dan lokasi yang realistis mendukung pendekatan estetika ini. Pilihan untuk tidak menggunakan storyboard atau moodboard memperlihatkan keberanian produksi dalam mengandalkan intuisi kreatif sebagai sumber utama penceritaan visual. Dalam konteks ini, film tidak hanya menjadi media estetika, tetapi juga praktik kolektif dari intuisi, improvisasi, dan komunikasi emosional yang terencana.

b. Strategi Kreatif Produksi

Strategi kreatif produksi dalam film Woo-Woo menunjukkan pendekatan yang efisien dan fleksibel, yang bukan hanya lahir dari keterbatasan sumber daya, tetapi juga sebagai pilihan artistik yang selaras dengan visi sinematik film. Dalam teori strategi pengkonsepan,

penjadwalan dan efisiensi produksi merupakan aspek penting untuk memastikan bahwa realisasi ide tetap konsisten dengan nilai estetika dan naratif yang dirancang (Muafa & Junaedi, 2020).

Pendekatan ini menunjukkan bahwa efisiensi tidak harus diartikan sebagai bentuk kesepakatan terhadap kualitas, melainkan sebagai strategi sadar yang mengutamakan efektivitas produksi sekaligus keutuhan visi estetika. Film *Woo-Woo* memanfaatkan logika produksi yang mengedepankan kedekatan emosional dan keselarasan nilai di antara tim, dibandingkan dengan struktur organisasi produksi konvensional yang umumnya berlapis dan hirarkis. Hal ini menunjukkan adanya keberanian dalam mendobrak pola kerja formal dan mengutamakan pengalaman proses yang lebih cair, adaptif, dan berakar pada saling pengertian antar anggota tim kreatif.

Dengan hanya mengandalkan rundown aksi dan melakukan syuting dalam satu hari, proses produksi *Woo-Woo* tidak melibatkan perencanaan teknis yang kompleks. Sebaliknya, film ini memperlihatkan bahwa struktur produksi yang lentur justru membuka ruang bagi spontanitas dan respon langsung terhadap lingkungan. Hal ini tidak hanya mengurangi kekakuan produksi, tetapi juga memperkuat keaslian naratif dan emosional dari karakter serta ruang yang ditampilkan.

Dalam teori strategi pengkonsep, visualisasi merupakan aspek krusial yang menjembatani ide dengan realisasi (Permata & Rangga, 2018). *Woo-Woo* memanfaatkan sinematografi sebagai sarana utama dalam membentuk atmosfer dan menyampaikan makna naratif. Penggunaan ruang kosong, pencahayaan alami, serta gaya pengambilan gambar yang statis namun dalam, merupakan bagian dari strategi visual yang dirancang untuk menciptakan efek emosional yang mendalam.

Strategi visual dalam film *Woo-Woo* tidak diarahkan untuk menciptakan kemewahan gambar atau efek visual yang mencolok. Sebaliknya, film ini memilih pendekatan minimalis yang justru memperkuat kesan sunyi dan keterasingan. Dalam teori Rachmawati &

Wihardi (2018), strategi visual yang efektif adalah yang mampu menyesuaikan bentuk visual dengan kondisi psikologis karakter serta pesan emosional yang ingin disampaikan. Dalam konteks *Woo-Woo*, visualisasi yang tenang, statis, dan menghindari gerakan kamera yang berlebihan justru menegaskan rasa hampa dan kesepian yang dirasakan oleh tokoh utama. Kamera seakan menjadi pengamat yang diam, membiarkan ruang dan waktu berbicara sendiri.

Pemanfaatan ruang kosong dalam banyak adegan, seperti lorong rumah atau halaman yang sepi, berfungsi bukan sekadar sebagai latar, tetapi sebagai metafora dari ruang batin si karakter. Tidak adanya elemen visual yang ramai atau dinamis justru membuka ruang kontemplatif bagi penonton. Hal ini memperkuat pandangan bahwa strategi visual dalam film ini dirancang untuk memperlambat ritme, agar penonton dapat ikut meresapi kesendirian dan emosi yang tersembunyi. Menurut Muafa & Junaedi (2020), strategi pengkonsepan visual yang kuat adalah yang mampu menyatukan aspek teknis dan emosional menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Dan hal ini berhasil diterapkan dalam film *Woo-Woo* melalui tata visual yang tidak berlebihan namun tetap penuh makna.

Selain itu, penggunaan pencahayaan alami dalam pengambilan gambar memperkuat kesan realis dan intim dari setiap adegan. Tidak adanya tata cahaya buatan yang dramatis menunjukkan bahwa strategi visual film ini ingin menampilkan kehidupan sebagaimana adanya apa adanya, tanpa glamor. Dalam banyak adegan, cahaya matahari pagi atau redupnya senja digunakan untuk mempertegas nuansa batin tokoh. Ini menunjukkan bahwa strategi visual dalam film *Woo-Woo* bukan semata soal keindahan teknis, tetapi juga soal rasa dan kejujuran visual. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa strategi pengkonsepan visual yang efektif tidak harus bergantung pada teknologi tinggi, tetapi lebih pada kepekaan dalam membaca ruang, cahaya, dan emosi.

Dengan demikian, film *Woo-Woo* menunjukkan bahwa strategi visual bukan hanya soal bagaimana gambar diambil, tetapi bagaimana

gambar itu bisa bicara. Film ini memperlakukan setiap frame sebagai ruang ekspresi emosional, di mana keheningan dan kekosongan justru menjadi kekuatan utama. Dalam kerangka teori film sebagai media pesan (Huda & Nafsika, 2023), strategi visual yang demikian menjadi alat untuk menyampaikan makna batin yang tidak diucapkan, tapi bisa dirasakan langsung oleh penonton.

Salah satu kekuatan dari pendekatan ini terletak pada kemampuannya untuk mempertahankan kesegaran artistik dalam eksekusi visual. Tanpa tekanan dari jadwal produksi yang kaku maupun skema teknis yang membatasi, para pelaku produksi dapat mengeksplorasi dinamika ruang dan aktor secara lebih organik. Respons terhadap situasi di lokasi, perubahan cahaya alami, dan interaksi spontan antara aktor dan lingkungan menjadi bagian dari bahasa sinematik film yang tidak terencana, namun justru autentik dan hidup. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa dalam konteks tertentu, produksi yang tidak terlalu dirancang secara teknis justru menghasilkan bentuk ekspresi yang lebih reflektif dan jujur.

Lebih jauh, keterlibatan langsung para kru dalam berbagai peran secara cair memperlihatkan praktik produksi berbasis kolaborasi organik. Tidak adanya pemisahan yang tegas antara peran manajemen, kreatif, dan teknis menjadi ciri khas pendekatan ini. Dalam konteks ini, strategi produksi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kultural yakni bagaimana proses produksi dibentuk oleh hubungan sosial, nilai artistik, dan keintiman kolektif tim produksi terhadap visi film.

Dalam pendekatan semacam ini, peran produser, sutradara, manajer band, bahkan aktor tidak ditempatkan dalam posisi-posisi yang sepenuhnya terpisah, tetapi justru saling bersinggungan dan berkontribusi lintas batas tanggung jawab formal. Hal ini mencerminkan model produksi yang berbasis pada kepercayaan, pengalaman bersama, dan afinitas kreatif. Keputusan-keputusan produksi mulai dari penentuan lokasi, pemilihan pengambilan gambar, hingga arah naratif banyak diambil secara deliberatif

melalui dialog intens antarpelaku produksi, bukan berdasarkan sistem komando hierarkis. Model kolaborasi seperti ini memperlihatkan bahwa keberhasilan produksi tidak semata-mata ditentukan oleh kerapian organisasi teknis, melainkan juga oleh kedalaman hubungan interpersonal dan kekompakan visi artistik yang dimiliki bersama.

Dengan demikian, strategi kreatif produksi dalam *Woo-Woo* dapat dipahami sebagai upaya sinematik yang berakar pada praktik kolaboratif, spontanitas artistik, dan kepekaan terhadap konteks sosial-kultural dalam ruang produksi. Pilihan untuk mengandalkan struktur produksi yang ringkas, intuitif, dan terbuka menjadi manifestasi dari nilai-nilai estetika yang hendak dicapai: keheningan, keintiman, dan ketulusan dalam menyampaikan pengalaman batin karakter utama tanpa perlu dibebani oleh kompleksitas produksi konvensional.

c. Strategi Pasca Produksi

Dalam film *Woo-Woo*, editing berperan sebagai instrumen utama dalam mempertahankan ritme emosional dan menghadirkan pengalaman batin tokoh secara menyeluruh. Proses penyuntingan tidak diarahkan untuk membangun ketegangan dramatik atau dinamika konvensional, melainkan berfungsi sebagai narasi sunyi yang memberi ruang jeda kepada penonton untuk mengalami bukan hanya memahami cerita yang disampaikan.

Pendekatan ini memperlihatkan bahwa pasca produksi tidak semata menjadi ruang teknis untuk merapikan alur, melainkan menjadi fase kreatif yang menyatu dengan logika emosional film itu sendiri. Dalam film *Woo-Woo*, penyuntingan dilakukan secara intuitif dan bebas dari acuan formal seperti *storyboard* atau *video board*, sebagaimana diungkapkan dalam temuan bahwa proses editing tidak dirancang melalui struktur visual yang ketat. Hal ini selaras dengan pandangan Astuti & Devi Sartika (2018) bahwa strategi pengkonsepian film mencakup penyusunan irama visual dan emosi dalam tahap pasca produksi untuk menjaga koherensi visi artistik. Maka, dalam konteks film ini, editing bukanlah tahap akhir dari kerja teknis, melainkan proses perenungan lanjutan dari narasi visual yang telah

dibentuk sejak tahap pra produksi. Ketidakterikatan pada sistem penyuntingan konvensional justru membuka ruang bagi artikulasi emosi yang lebih jujur, di mana setiap potongan gambar diberi tempat untuk “bernapas” dan meresap perlahan ke dalam ruang batin penonton.

Menurut teori strategi pengkonsepan film, tahap pasca produksi seperti *editing* memiliki fungsi penting dalam memastikan konsistensi visi kreatif dengan hasil akhir film (Astuti & Devi Sartika, 2018). Dalam film Woo-Woo, tidak digunakannya *storyboard* ataupun *video board* menegaskan bahwa *editing* tidak dibangun atas dasar skema visual yang kaku, melainkan lebih pada intuisi dan respons emosional terhadap materi rekaman.

Keputusan untuk tidak menyisipkan ilustrasi, efek suara, ataupun transisi dramatik juga merupakan bagian dari strategi estetik yang memperkuat pendekatan film ini sebagai karya yang reflektif dan personal. Dengan minimnya intervensi teknis pada proses penyuntingan, film ini mempertahankan kesan realis dan keheningan sebagai atmosfer utama. Hal ini membuktikan bahwa strategi pascaproduksi dalam konteks film Woo-Woo tidak semata-mata bertujuan menyempurnakan gambar, tetapi juga memperjelas makna dari setiap adegan secara emosional. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan bahwa strategi kreatif bukan hanya menyangkut aspek visual dan teknis semata, tetapi juga merupakan bentuk perencanaan naratif yang matang dan intuitif. Seperti yang dijelaskan oleh Kunci et al. (2019), strategi kreatif melibatkan penggunaan elemen kreatif yang inovatif untuk mencapai tujuan film yang menarik dan bermakna.

Lebih jauh, minimnya intervensi suara maupun efek visual menciptakan kondisi di mana penonton diarahkan untuk menghadirkan diri sepenuhnya dalam ruang yang sunyi dan statis. Seperti yang ditunjukkan dalam temuan, film ini memang tujuan utamanya adalah agar penonton dapat merasakan, bukan menganalisis. Dengan demikian, editing film Woo-Woo bergerak dari fungsi teknis menjadi fungsi estetik yang melekat pada strategi naratif non-verbal. Ritme lambat, pengulangan gestur

sederhana, dan durasi shot yang panjang tidak hanya menjaga kontinuitas gambar, tetapi juga memungkinkan penonton untuk masuk ke dalam lapisan emosi yang tersembunyi di balik kesunyian visual.

Dalam konteks inilah, editing berperan sebagai perangkat afektif yang menyusun bukan hanya cerita, tetapi juga suasana dan perasaan yang tak terucapkan. Pendekatan ini selaras dengan gagasan dalam teori strategi kreatif menurut Viore Syahputri et al. (2023), bahwa strategi pengkonsep film mencakup pengaturan elemen-elemen penting seperti visualisasi, ritme penceritaan, dan pengalaman emosional yang ingin dihadirkan. Dengan demikian, proses penyuntingan dalam *Woo-Woo* tidak hanya menjadi sarana teknis, tetapi merupakan bagian dari strategi kreatif yang dirancang untuk mengomunikasikan makna melalui pengalaman sinematik yang reflektif dan intuitif.

Kemudian, Film *Woo-Woo* tidak diarahkan untuk kepentingan pasar atau distribusi komersial, melainkan secara sadar ditujukan untuk festival-festival film yang bersifat eksperimental dan apresiatif. Pendekatan ini selaras dengan teori Syahputri et al. (2023) yang menekankan bahwa strategi pengkonsep film mencakup tidak hanya produksi, tetapi juga bagaimana sebuah karya diposisikan dan diterima oleh audiens yang tepat.

Keputusan tersebut mencerminkan orientasi kreatif yang berfokus pada nilai artistik dan keutuhan visi estetik daripada pada pertimbangan keuntungan finansial. Dalam hal ini, film tidak diposisikan sebagai komoditas pasar arus utama, tetapi sebagai medium ekspresi yang mencari ruang apresiasi melalui saluran-saluran distribusi yang lebih selektif. Strategi ini sejalan dengan kerangka teori dari Huda & Nafsika (2023), yang memandang film tidak sekadar sebagai sarana hiburan, tetapi sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan pesan dan pengalaman emosional secara mendalam. Maka, dengan menasar platform distribusi berbasis kurasi, seperti festival film regional dan internasional, tim produksi film *Woo-Woo* secara sadar memilih ruang yang memungkinkan karya ini diapresiasi secara kontekstual dan tematik.

Dengan bentuk naratif yang tidak konvensional dan ketiadaan dialog, film ini menasar audiens yang siap menerima pengalaman sinematik yang lebih intuitif dan kontemplatif. Segmentasi terhadap festival di Asia dan Asia Tenggara juga mencerminkan pemahaman tim produksi terhadap konteks budaya yang lebih terbuka terhadap ekspresi visual dan minim verbalitas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi distribusi film *Woo-Woo* tidak sekadar operasional, melainkan bagian dari upaya menyelaraskan isi, bentuk, dan konteks sosial penonton.

Lebih jauh, pemilihan audiens yang bersifat apresiatif menunjukkan bahwa strategi kreatif tidak berhenti pada tahap praproduksi atau produksi, tetapi berlanjut dalam pemetaan distribusi yang berbasis nilai. Dalam kerangka strategi pengkonsepian menurut Muafa & Junaedi (2020), sebuah film idealnya dikembangkan dan didistribusikan secara konsisten dengan karakteristik pesan, gaya penceritaan, dan kapasitas keterlibatan emosional yang ditawarkan. Dengan menghindari distribusi massal, film *Woo-Woo* memperkuat dirinya sebagai film yang menawarkan ruang reflektif, dan bukan sekadar produk yang ditujukan untuk dikonsumsi secara cepat dan luas oleh publik umum.

Sebagaimana dijelaskan dalam teori film sebagai media pesan (Huda & Nafsika, 2023), karya film dapat menyentuh lapisan emosi terdalam audiens jika disampaikan melalui pendekatan yang tepat. Dalam konteks ini, film *Woo-Woo* justru berhasil membuka ruang interpretasi personal yang lebih luas melalui strategi distribusi yang selektif dan bersifat kuratorial, bukan massal.

Strategi ini pada akhirnya memperlihatkan bahwa distribusi film dapat dimaknai sebagai perpanjangan dari ekspresi kreatif itu sendiri. Penempatan film dalam ruang-ruang apresiasi yang tepat memungkinkan terjadinya dialog emosional antara karya dan audiens, sebagaimana menjadi prinsip dasar strategi kreatif dalam kerangka teori Syahputri et al. (2023). Oleh karena itu, distribusi bukan sekadar proses penyebaran, melainkan juga strategi komunikasi bagaimana sebuah karya menjangkau

penontonnya secara afektif dan kontekstual. Film *Woo-Woo* dalam hal ini telah menunjukkan bagaimana distribusi dapat menjadi bagian lengkap dari proses pengkonsepan itu sendiri, menjembatani isi film dengan ekosistem kultural yang selaras.

Untuk keunikan film *Woo-Woo* terletak pada keberaniannya dalam menyajikan narasi yang sepenuhnya bertumpu pada bahasa visual, tanpa dialog dan tanpa konstruksi cerita konvensional. Pilihan artistik ini menjadikan film *Woo-Woo* tidak hanya sebagai film pendek, tetapi sebagai karya sinematik yang merepresentasikan pendekatan estetik yang otentik dan reflektif. Dalam teori strategi pengkonsepan, pendekatan semacam ini dipahami sebagai bentuk pematangan ide kreatif yang bukan hanya bertujuan menyampaikan cerita, tetapi juga membangun pengalaman sinematik yang khas (Permata & Rangga, 2018).

Nilai artistik film *Woo-Woo* juga tampak pada bagaimana film ini memosisikan sunyi dan gerak lambat sebagai struktur utama narasi. Tidak adanya dialog justru membuka ruang kontemplatif bagi penonton, sebagaimana dijelaskan dalam teori Huda & Nafsika (2023), bahwa film sebagai media pesan mampu menyentuh aspek emosional terdalam manusia jika menggunakan pendekatan yang tidak bersifat instruktif, melainkan partisipatif. Dalam konteks ini, keheningan dalam film *Woo-Woo* bukanlah kekosongan, melainkan lapisan makna yang menunggu untuk ditafsirkan secara personal oleh setiap audiens.

Aspek keunikan juga hadir melalui keterpaduan antara visual, musik, dan ritme gerak tokoh. Dengan latar awal berupa lagu milik band *Sore*, film ini menunjukkan eksplorasi lintas medium yang memperkaya tekstur artistiknya. Hal ini menunjukkan bahwa film *Woo-Woo* tidak hanya berdiri sebagai film, tetapi sebagai bentuk pertemuan antara musik dan sinema, yang selaras dengan pandangan Syahputri et al. (2023) bahwa strategi kreatif dalam pengkonsepan film dapat berasal dari sinergi berbagai medium yang membentuk makna secara kolektif.

Makna visual dari film *Woo-Woo* tercermin melalui penggunaan *long take* yang memanjangkan durasi shot, memungkinkan penonton mengalami suasana batin karakter dengan lebih mendalam. Dalam konteks kerangka teori strategi pengkonsep film (Astuti & Devi Sartika, 2018), tahap pascaproduksi memegang peran penting dalam menjaga koherensi visi kreatif dengan hasil akhir film.

Color grading dipilih dengan palet redup dan dominasi warna dingin yang sejalan dengan teori estetika visual menurut Mohammad Permata, Saptya Rangga (2018) untuk menciptakan tone emosional tertentu. Warna-warna ini membangun nuansa melankolis yang selaras dengan tema kesepian, sebagaimana dijelaskan oleh teori komunikasi visual menurut Rachmawati dan Wihardi (2018), bahwa warna mampu memicu reaksi emosional dan membangun *mood* penonton.

Penempatan karakter di tengah *frame* dengan ruang kosong luas menjadi penerapan prinsip komposisi visual yang disebutkan dalam kerangka teori strategi kreatif menurut Qory Rachmawati Dewi dan Doddy Wihardi (2018) sebagai upaya menciptakan fokus naratif. Ruang kosong digunakan sebagai simbol keterasingan, sehingga memperkuat representasi kesendirian tokoh utama.

Minimnya penggunaan efek suara dan transisi dramatis mencerminkan penerapan strategi kreatif yang mengutamakan pengalaman emosional secara jujur. Hal ini selaras dengan pendekatan yang disebutkan Viore Syahputri et al. (2023), bahwa strategi pengkonsep film harus menjaga keseimbangan antara bentuk visual dan pesan emosional agar tujuan komunikasi tercapai.

Dengan demikian, tahap pascaproduksi dalam *Woo-Woo* memperlihatkan bagaimana teori strategi pengkonsep diterapkan secara nyata: setiap keputusan visual, warna, ruang, ritme, dan musik dipilih bukan hanya untuk estetika, tetapi juga untuk memastikan pesan kesepian yang menjadi pusat cerita tersampaikan secara utuh dan emosional. Hasil akhirnya adalah film yang konsisten dengan visi kreatif sejak pra-produksi,

dan mampu menghadirkan pengalaman menonton yang reflektif serta membangun empati penonton terhadap tokoh utama.

Secara keseluruhan, film *Woo-Woo* berhasil menyampaikan nilai artistik yang kuat melalui kesederhanaan bentuk, keberanian dalam membebaskan struktur narasi, serta eksplorasi suasana emosional tanpa bantuan dialog. Keunikan inilah yang membuat film ini tidak hanya berbeda, tetapi juga relevan di ruang apresiasi seperti festival-festival film, di mana orisinalitas gagasan dan kekuatan visual menjadi tolok ukur utama. Dalam kerangka teori Muafa & Junaedi (2020), strategi pengkonsepian yang berhasil adalah yang mampu menghasilkan karya dengan identitas kuat dan konsistensi nilai artistik sejak tahap ide hingga hasil akhir. Film *Woo-Woo* menunjukkan bahwa dengan kesadaran artistik yang jelas, film dapat berbicara meski tanpa satu kata pun.

2. Analisis SWOT

Dalam proses pengkonsepian dan produksi film *Woo-Woo*, berbagai tantangan muncul seiring dengan pendekatan kreatif yang tidak biasa. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menyusun narasi yang kuat tanpa menggunakan dialog, serta tanpa perangkat teknis seperti *storyboard* atau *video board*. Hal ini menuntut seluruh tim produksi untuk bekerja dengan tingkat intuisi visual yang tinggi, sekaligus mempertahankan konsistensi visi artistik. Dalam konteks teori strategi pengkonsepian (Muafa & Junaedi, 2020), tantangan semacam ini memerlukan kemampuan adaptasi yang bukan hanya teknis, tetapi juga konseptual di mana para kreator harus siap merespons perubahan dan keterbatasan sebagai bagian dari proses kreatif itu sendiri.

Salah satu bentuk adaptasi terlihat pada fleksibilitas kru yang merangkap berbagai peran secara cair. Tidak adanya struktur kru yang formal justru membuat setiap orang terlibat secara organik, mulai dari sutradara hingga manajer band yang ikut mendampingi proses pengambilan gambar. Adaptasi ini mencerminkan pendekatan produksi kolektif yang menempatkan kolaborasi sebagai inti dari strategi kerja, selaras dengan

pandangan Rachmawati & Wihardi (2018) bahwa strategi kreatif tidak hanya berbicara soal gagasan, tetapi juga soal bagaimana tim bekerja dalam struktur yang adaptif dan saling mendukung.

Selain aspek teknis, tantangan juga muncul dari bagaimana tim produksi menyampaikan pesan film tanpa bantuan dialog atau alur cerita yang jelas. Tanpa struktur dramatik konvensional, tim harus mengandalkan kekuatan visual, suasana, dan gestur sederhana untuk membangun koneksi emosional dengan penonton. Hal ini tentu memerlukan pendekatan yang tidak biasa dalam pengambilan gambar dan penyusunan ritme film. Adaptasi pun dilakukan dengan menyesuaikan cara kerja di lapangan agar tetap bisa menjaga konsistensi suasana film, seperti menjaga kesunyian gambar dan memperhatikan detail kecil yang membawa makna emosional. Dalam konteks teori Huda & Nafsika (2023), strategi ini sejalan dengan pemahaman bahwa film dapat menyampaikan pesan mendalam melalui pendekatan non-verbal yang menyentuh perasaan penonton secara langsung.

Tantangan lainnya berkaitan dengan cara mendistribusikan film ini ke audiens yang tepat. Karena film *Woo-Woo* tidak mengikuti gaya film populer yang biasa ditemui di bioskop atau platform digital, tim produksi perlu memilih jalur distribusi alternatif yang lebih sesuai. Festival film yang bersifat kuratorial dan terbuka terhadap karya eksperimental menjadi pilihan yang paling relevan. Langkah ini merupakan bagian dari adaptasi terhadap karakter film itu sendiri, sekaligus menunjukkan bahwa strategi pengkonsepkan juga menyangkut cara menempatkan film di ruang apresiasi yang tepat. Seperti dijelaskan oleh Syahputri et al. (2023), pengkonsepkan tidak hanya berhenti pada produksi, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap konteks audiens dan media distribusi yang mendukung isi serta bentuk film.

Dengan tidak adanya struktur produksi konvensional dan sumber daya besar, tim produksi juga harus beradaptasi dengan situasi syuting yang hanya berlangsung satu hari. Ini menuntut efisiensi tinggi sekaligus

improvisasi yang matang. Namun, seperti dijelaskan oleh Permata & Rangga (2018), strategi pengkonsepan yang efektif seringkali justru muncul dari keterbatasan, karena mendorong kreativitas untuk menemukan solusi alternatif yang tidak terpikirkan sebelumnya. Film Woo-Woo menjadi contoh bagaimana keterbatasan bisa dikonversi menjadi peluang kreatif, selama terdapat fleksibilitas, kepercayaan tim, dan kejelasan visi bersama.

Dengan demikian, tantangan dalam produksi film Woo-Woo bukanlah hambatan mutlak, melainkan bagian integral dari proses penciptaan artistik. Adaptasi dilakukan tidak hanya untuk menyalahi kendala, tetapi juga untuk menjaga keutuhan gagasan kreatif dari awal hingga pascaproduksi. Dalam kerangka teori strategi pengkonsepan, respons terhadap tantangan ini justru memperlihatkan kedalaman dan kedewasaan dalam merancang serta mewujudkan ide film yang tidak konvensional, namun tetap komunikatif dan penuh makna.

Film Woo-Woo memiliki kekuatan utama dalam pendekatan visual yang khas, yaitu tanpa menggunakan dialog verbal, namun tetap mampu menyampaikan emosi melalui ekspresi tubuh, visual yang khas, dan alur gambar yang tenang serta mengalir perlahan. Pendekatan ini memberikan nuansa artistik yang kuat dan membedakan film tersebut dari film pada umumnya. Meski demikian, tidak adanya dialog juga bisa menjadi kelemahan, terutama bagi penonton yang terbiasa dengan alur cerita yang disampaikan secara verbal, sehingga makna film bisa jadi sulit dipahami. Di sisi lain, film tersebut memiliki peluang besar untuk tampil dalam festival-festival film yang menghargai karya-karya artistik, dan visual, serta dapat menjangkau audiens internasional karena tidak terikat pada bahasa tertentu. Selain itu, perkembangan platform digital juga membuka kesempatan distribusi yang lebih luas. Namun, tantangan tetap ada, terutama dari pasar film lokal yang cenderung lebih menyukai film dengan struktur naratif konvensional. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi promosi dan edukasi agar bentuk film seperti Woo-Woo bisa lebih diterima dan diapresiasi oleh masyarakat luas.

Tabel 3. 1 Analisis SWOT

Aspek	Analisis
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan visual yang reflektif dan simbolik memperkuat nilai artistik film. - Penggunaan <i>gesture</i> dan ekspresi tubuh menggantikan narasi verbal dengan efektif. - Alur gambar yang lambat membangun suasana emosional yang mendalam. - Keputusan kreatif yang konsisten memperkuat identitas sinematik.
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi keterbatasan pemahaman bagi penonton awam karena tidak adanya dialog. - Risiko penyampaian pesan yang tidak tersampaikan. - Keterbatasan referensi atau dokumentasi proses kreatif membuat karya kurang bisa dijadikan rujukan oleh pihak luar.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi untuk menembus festival film independen, eksperimental, atau berbasis kuratorial. - Relevan secara lintas budaya karena tidak bergantung pada bahasa. - Bisa memanfaatkan platform distribusi digital untuk menjangkau audiens global.

	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya minat terhadap film-film yang menawarkan pengalaman sinematik alternatif.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> - Tantangan dalam distribusi karena dianggap tidak komersial oleh pasar lokal. - Kurangnya edukasi publik terhadap film tanpa dialog dapat menurunkan minat menonton. - Potensi tersingkirkan dari perhatian industri film arus utama yang lebih mengutamakan film dengan alur cerita tradisional

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif pengkonsepian film tanpa dialog pada film *Woo-Woo* beserta tantangan dan adaptasinya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

Film *Woo-Woo* merupakan contoh penerapan strategi kreatif dalam pengkonsepian film tanpa dialog yang dilakukan secara menyeluruh mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Keputusan untuk meniadakan dialog menjadi dasar dalam pembentukan gaya bercerita yang sepenuhnya mengandalkan kekuatan visual, ekspresi tubuh, dan simbol-simbol sinematik sebagai media utama penyampaian makna.

Pada tahap pra produksi, tim produksi menyusun konsep dengan menekankan elemen visual sebagai pengganti verbal. Naskah dirancang dalam bentuk desain alur visual dan *storyboard* yang menampilkan arah emosional dan naratif melalui gambar, bukan menggunakan kata. Strategi ini juga mencakup pengembangan karakter yang komunikatif secara non verbal serta perencanaan adegan yang kuat secara simbolik.

Dalam tahap produksi, strategi tersebut diterapkan melalui penyutradaraan yang fokus pada ekspresi aktor, *blocking* yang komunikatif, serta komposisi visual yang mendukung suasana cerita. Pencahayaan, warna, dan framing dimanfaatkan untuk membangun koneksi emosional antara penonton dan film. Di tahap pasca-produksi, penyuntingan dilakukan dengan ritme lambat dan sunyi untuk menciptakan nuansa reflektif, ditambah dengan pewarnaan yang konsisten serta tata suara minimalis.

Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menjaga agar pesan film tetap tersampaikan tanpa dialog. Pendekatan ini berisiko menyulitkan pemahaman penonton yang terbiasa dengan narasi konvensional. Untuk mengatasi hal ini, adaptasi dilakukan melalui penguatan elemen visual, serta pemilihan jalur distribusi seperti festival film

eksperimental dan platform digital yang lebih terbuka pada karya non-mainstream.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan film Woo-Woo terletak pada pendekatan visual yang khas, konsistensi artistik, serta kemampuan menyampaikan emosi tanpa kata. Kelemahan muncul dari keterbatasan pemahaman bagi penonton umum dan minimnya dokumentasi kreatif. Peluang terbuka lewat distribusi digital dan apresiasi di festival film. Namun, film ini tetap menghadapi ancaman dari pasar lokal yang cenderung menolak bentuk sinema alternatif. Dengan strategi kreatif yang matang dan adaptif, Woo-Woo membuktikan bahwa film tanpa dialog pun dapat menjadi medium yang komunikatif, artistik, dan relevan.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan:

1. Terdapat keterbatasan waktu dalam proses penelitian, terutama akibat menunggu ketersediaan narasumber untuk melakukan wawancara, sehingga pelaksanaan penelitian tidak sepenuhnya dengan jadwal awal yang telah direncanakan.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada minimnya referensi film sejenis yang bisa dijadikan pembanding. Hal ini membuat analisis tidak dapat dibandingkan secara lebih luas. Fokus penelitian pun hanya terbatas pada satu film.

C. Saran

1. Saran Akademis

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan beberapa film pendek tanpa dialog agar strategi kreatif yang digunakan dapat dianalisis secara lebih luas. Dengan adanya perbandingan, peneliti dapat melihat perbedaan pendekatan visual, gaya penyutradaraan, serta efektivitas narasi non-verbal dalam berbagai konteks cerita dan budaya.

2. Saran Praktis

- a. Untuk Bosan Berisik Lab diharapkan dapat terus mengembangkan pendekatan produksi yang unik dan berani bereksperimen, seperti yang ditunjukkan dalam film Woo-Woo. Namun, untuk karya-karya berikutnya, akan lebih baik jika proses kreatif, teknis, dan strategi distribusi didokumentasikan secara lebih sistematis. Hal ini tidak hanya bermanfaat sebagai arsip *internal*, tetapi juga sebagai referensi penting bagi para pembuat film muda dan peneliti yang tertarik mempelajari proses produksi film pendek independen di Indonesia.
- b. Untuk tim film Woo-Woo disarankan untuk mendokumentasikan proses kreatif secara lebih terstruktur, mulai dari pengembangan ide hingga pascaproduksi. Dokumentasi ini akan sangat bermanfaat sebagai referensi bagi pembuat film lain maupun peneliti yang tertarik dengan pendekatan non-verbal. Selain itu, tim juga diharapkan dapat memperluas distribusi film ke berbagai platform atau festival, agar pesan dan gaya visual yang ditawarkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia , R., & Sukendro, G. G. (2018). Strategi Kreatif Promosi Film Danur. *Prologia*, 549-554.
- Astuti Ayu Endra Putri Devi Sartika. (2018). STRATEGI DISTRIBUSI FILM NAURA & GENK JUARA. *Jurnal ISI Surakarta*.
- Dwijaya, A., Sakti, R. M., Yulistyarani, T., Tinggi, S., Komunikasi, I., & Maju, I. (2021). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Analisis Strategi Promosi Rumah Produksi Lens Cinema Dalam Film “Nikah Yuk!”* (Vol. 13, Issue 01). <http://journal.stikom-ima.ac.id/>
- Gede Bayu Sagara Putra. (2021). Analisis Strategi Kreatif Pada Iklan Bank BJB Versi “Anti Panik Dengan BJB Digi” Tahun 2020. *Jurnal Amarasi*.
- Hassandi, I., Gustiana Pangestu, M., Septiawan Syaputra, A., Qur, T., & Tri Agustin, A. (2022). ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA UMKM AULIA SNACK JAMBI. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, x, 460–467. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/JUMANAGE><https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Indrayana, A., Program Studi Desain Komunikasi Visual, N., & Seni Rupa, F. (2023). *Perancangan Film Pendek Mengenai Realitas Sosial Budaya Internet: Vol. XVI* (Issue 2). https://kominfo.go.id/content/detail/8790/melawan-hoax/0/sorotan_media.
- Izdihar Hasri, F., Fatin, I., & Mokodompit, A. A. A. P. (2023). Manajemen Produksi Pada Film Pendek Gemang. *Jurnal Audiens*, 4(2), 278–288. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.28>
- Kunci, K., Kreatif, S., & Program, E. (2019). Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 6(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>

- Kabelen, N. W. (2025). Inovasi Gaya Naratif Sinematik dalam Produksi Film: Kreativitas dalam Keterbatasan Anggaran dan Teknologi. *Rekam Jurnal Fotografi Televisi Animasi*, 1.
- Karino. (2020). Penerapan Media Film Dokumenter untuk Meningkatkan Hasil Belajar Sejarah Indonesia pada Siswa. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia* , 4-6.
- Karyadi, F. Y., & Pradhono, C. (2021). Sosialisasi Strategi Kreatif Produksi Film Di Era New Normal. *Jurnal Abdidas*, 2-3.
- M. A. Mursid Alfathoni, Triadi Sya'dian. (2022). Strategi Kreatif Proses Produksi Program Acara Lentera UPU. *Jurnal Guethee*.
- Mohammad Permata, Saptya Rangga. (2018). STRATEGI PROMOSI PADA TAHAPAN PRA-PRODUKSI FILM 'HAJI ASRAMA' (HAS). *ProTVF*.
- Muafa, K. A., & Junaedi, D. F. (2020). Model Manajemen Produksi Film Dokumenter Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto. *Channel Jurnal Komunikasi*, 8(1), 1–8. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL>
- Qory Rachmawati Dewi, Doddy Wihardi. (2018). Strategi Kreatif Produser Program Jejak Petualang Di Trans 7 Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia. *Jurnal Pantarei*.
- R. Aprillia, G. G. Sukendro. (2017). Strategi Kreatif Promosi Film Danur. *Jurnal Prologia Untar*.
- Rahman Asri . (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)". *Jurnal Al-Azhar Indonesia*.
- Rizaldi, A. (2023). Film sebagai Media Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Indonesia*.
- Ryandra. R, Syaifuddin. (2022). Strategi Kreatif dalam Film Lemantun Karya Wregas Bhanutedja. *Jurnal Kalbisiana*.

- Sri Wahyuni, Syai'dan Triadi. (2020). Analisi Proses Kreatif Produksi Film Pada Komunitas Fisabilillah Production (FISPRO) Kota Medan. *Jurnal Garuda*.
- SS Fauziah, AA Safei, Sukayat Tata. (2021). Strategi Kreatif Film Maker Muslim dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Film Islami Cerita Hijrahku. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Syahrul Huda, A., & Solli Nafsika, S. (2023). *Film Sebagai Media dalam Mengubah Cara Pandang Manusia dalam Prinsip Kemanusiaan*.
- Viore Syahputri, C. A., Dava Putra Anandya, Mugi Cahyaningtyas, & Clarizha Nabilla Putri. (2023). Strategi Manajemen Produksi dalam Film Pendek Niskala. *Jurnal Audiens*, 4(3), 351–359.
- Zaenul, A., & Rosdiana, A. (2021). SISTEM INFORMASI PEMASANGAN IKLAN PADA RADIO ANITA FM TEGAL. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 181.

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Strategi Kreatif

- a. Bagaimana tahapan kreatif pengkonsepian film ini yang tanpa dialog? Apakah sudah ditentukan dari awal untuk tidak menggunakan dialog?

“kalo soal itu memang banyak dari pemikiran directornya ya, cuman dari yang aku rasakan dan dari divisi tim productionnnya juga, jadi waktu itu singkat cerita lagi manage juga band Sore, kan memang aslinya dari lagunya Sore, waktu itu aku lagi mengerjakan project mini albumnya salah satu singlenya yang mau diperlakukan sebagai single yang ada video klipnya, suatu malam aku sama alm bang ade surya paloh yang mana dulu pernah membantu mas mail di beberapa project gitu ya, alm bang ade yang lebih kenal duluan dengan mas mail yang mempertemukan kita semua manajemen band Sore dan teman-teman Bosan Berisik Lab, kita ngobrol-ngobrol intinya kita bilang dari 4 lagu yang ada kalo gasalah kita mau bikin semuanya ada klipnya terus pengen salah satu mas mail yang direct gitu deh, silahkan pilih mas kita ngga minta yang ini yang itu silahkan mas mail pilih yang mas mail suka dan silahkan respon. Dan responnya mas mail tertarik sama yang judulnya woo-woo ini, terus mas mail bilang sayang kalo cuman vidio klip doang sekalian yuk kita bikin film pendek aja, terus kita jadi makin tertarik karena dari sisi management ya ini aku posisinya jadi belum jadi produsernya lah tanda kutip, ini aku jadi management Sore berpikir kalo dengan effort yang sama kita dapat dua barang loh vidio klip juga dan film pendek juga, jadi dari sisi Sorenya punya vidio klip Bosan Berisik dapet film pendek yang milik bersama dengan Sore, kebetulan aku bekerja di sebuah production company jadi aku dengan mas mail nyambung jadi yauda ayok kita bikin film pendek kan aku juga bisa gitu kan, jadi bukan kayak Sore lagi kasarnya jadinya management sore dengan Bosan Berisik Lab kita jadi collab karena posisinya pas aku ada

di tengah sebagai prosedur juga, yaudah kita ngobrol banyak dengan mas mail dan bang ade itu yang banyak ngepush tentang makna-makna liriknya, dari maknanya itu yang di maknain mas mail itu tentang kata-kata yang tersayat banget itu yang mungkin makin jelas kalo itu menggambarkan karakter ali banget. Jadi memang konsepnya mau agak keseharian dalam satu hari sebelum hal itu dilakukan. Jadi memang orang kayak gitu punya tetangga yang diajak ngomong kan engga, maka keluar lah kita oke ketika nanti Ali hanya merespon ruang hanya berpikir sendiri gitu loh, jadi mungkin dari situ ya, karena emang yang dilakukan ke atap gitu ya kalau buat Ali kan kayak ke Hasbunallah atau ke Allah gitu ya, buat si Ali dan peciptanya Dia, kalo gasalah juga ada part dia nge SMS jadi pasti itu dia pesan-pesan terakhirnya dia atau momen-momen terakhir dia antara tuhan dan manusia gitu. Jadi alesannya bukan karena biaya atau karena apa, kita coba mengandaikan orang yang seperti dia diakhir-akhir hidupnya itu seperti apa ya ternyata biasa aja masih normal menyiapkan semuanya kayak seperti biasa, jadi tidak ada perlu yang ditekankan banget misalkan dia emang harus berantem sana sini atau misalkan ada anak istrinya maupun saudaranya yang berantem gitu kan dia udah meninggal gitu kan ya, jadi sebenarnya dari situ kita oke dengan ide dan waktu seperti ini, terus bang ade orang yang sangat cocok dengan hal-hal begitu, jadi ya kita jalan, seingetku sih begitu dan di malam itu juga sepertinya”.

b. Tujuan sebenarnya film tanpa dialog itu apa?

“ Tujuannya ya itu tadi awalnya kita mau bikin vidio klip untuk lagu kita woo-woo ini dan kita akhirnya collab dengan mas mail dan management Bosan Berisik Lab yang akhirnya kita bikin film pendek ini”.

c. Film ini ditargetkan untuk siapa? lalu kenapa film ini tanpa dialog?

“ kalau tanpa dialog udah dijelaskan diatas ya, kalau untuk ditargetkan untuk siapa sebenarnya kita percaya namanya kolaborasi itu bukan kayak oh itu followersnya banyak kita sama dia aja yuk, kita silaturahmi gitu kan dan teman lama juga yok kita ngobrol. Jadi memang kita mau

memperluas yang tadinya cuma lirik jadi lagu atau lagu dengan liriknya ternyata lagu itu cuman bisa jadi di tertebal lewat vidio klip tapi lewat film pendek juga bisa. Jadi emang tujuannya saling merespon kan dari awal, mungkin mas Mail juga kangen lagu atau lirik mungkin dari lagu dia bisa berfikir apa-apa gitu, untuk tujuannya emang mau bikin bareng aja, untuk arahnya kemana karena kita tau film ini tidak mungkin komersial apalagi secara ide cukup berat dan film ini tanpa dialog dan lain-lain, kita menargetkan festival-festival film pendek aja. Kita juga menargetkan untuk festival di asia atau asia tenggara bukan ke orang”.

- d. Mengapa strategi kreatif merupakan elemen penting dalam memproduksi film yang sukses?

“Bagi saya pribadi, strategi kreatif adalah fondasi utama dalam memproduksi sebuah film yang sukses. Kenapa? Karena strategi kreatif inilah yang menjadi panduan visi dari awal hingga akhir produksi. Saat kita duduk bersama tim dari penulis skenario, sutradara, sampai ke bagian artistik kita harus punya satu benang merah yang mengarahkan semuanya. Dan itu datang dari strategi kreatif. Tanpa strategi kreatif yang jelas, film bisa kehilangan arah. Bisa jadi visualnya bagus, aktornya hebat, tapi ceritanya terasa hambar atau tidak nyambung. Jadi strategi ini bukan hanya soal ide cerita, tapi bagaimana kita membungkus cerita itu secara visual, emosional, dan naratif supaya bisa menyentuh penonton. Selain itu, strategi kreatif juga penting untuk membedakan film kita dari yang lain. Di tengah industri yang begitu kompetitif, orisinalitas dan konsistensi gaya itu jadi nilai jual. Strategi ini membantu kita mempertahankan identitas itu, dan menjadi pegangan saat harus ambil keputusan di tengah tekanan produksi.”

- e. Apa saja yang terlibat dalam strategi pengkonsepan pada produksi film?

“Kalau kita bicara soal strategi pengkonsepan dalam produksi film, sebenarnya itu proses yang sangat penting dan kompleks. Di sinilah awal mula visi film dibentuk. Dan ada beberapa elemen utama yang harus benar-benar dipikirkan matang-matang. Pertama tentu saja adalah *tema*

besar film. Apa yang mau kita sampaikan? Nilai atau pesan seperti apa yang jadi inti ceritanya? Ini harus jelas sejak awal, karena semua aspek produksi nanti akan berputar di sekitar tema ini. Kedua adalah *gaya visual dan tone*. Apakah kita mau ambil pendekatan yang realistis, surealis, komikal, atau gelap? Gaya ini akan memengaruhi pemilihan sinematografi, warna, desain produksi, sampai ke gaya akting para pemain. Jadi penting banget untuk dikunci dari awal. Lalu ada juga *karakter dan perjalanan emosionalnya*. Kita harus punya pemahaman yang dalam tentang karakter utama: motivasinya, konfliknya, transformasinya. Karena karakter yang kuat adalah kunci untuk menarik perhatian dan empati penonton. Dan jangan lupa, *referensi kreatif* juga bagian dari strategi pengkonsep. Kita biasanya mengumpulkan referensi visual, film-film sejenis, gaya musik, mood board tapi kita kan gada mood board atau story board tapi selain story board itu semua untuk menyatukan visi di antara kru produksi.

f. Bagaimana ide konseptual pada film ini?

“jadi sebenarnya konsepnya setelah kita tau ide dasarnya loglinenya orangnya mau ini menuju kesitu kan, terus habis itu direspon dengan talentnya jadi kita bener-bener punya bencana terus ditempel ada orang yang menurut mas mail orangnya menarik, sebelumnya mas mail udah lihat karakter si ali ini di vidio-vidio menari dia, mungkin mas Mail lihat Ali di acara tertentu dan di vidio tari si Ali olah tubuhnya seperti apa, akanya mas Mail engga mendepankan dialog atau apa mas Mail ingin lihat Ali ini keseheriannya merespon tubuh bagaimana penari yang kontemporer seperti ini gimana, jadi idenya mencampurkan kedua itu, karena memang kita mencari penonton dulu dan akhirnya digerakkan. Dan setelah mas Mail mengobrol dengan Ali dia merasa kalo Ali ini orangnya menarik dan asik terus dia bilang kalau Ali ini orang yang tepat kayak keresahannya mirip dan lain-lain terus langsung nyambung dan untuk nge directnya engga sulit.

- g. Bagaimana penulisan naskah pada film tanpa dialog?apakah ada bedanya dengan film yang ada dialognya?jelaskan.

“ Seingetku malah tidak ada naskah-naskah cuman satu lembar Ali akan actionnya apa mau kemana, jadi kayak misalkan Ali dari rumah habis itu naik angkot gitu-gitu jadi kita udah tau mau ngapain-ngapain udah ada terus kita bikin breakdown syutingnya dalam satu hari kalau gasalah waktu itu, jadi habis itu kita melakukannya cukup berurutan dari mulai rumah jalan naik angkot terus kita lanjut lagi makan siang dll sampai ke endingnya itu.

- h. Apakah ada kesulitan tersendiri ketika menulis naskah pada film ini?

“ Untuk kesulitannya kita belum saling kenal antara satu sama lain untuk meraba kebiasaan masing-masing yang kita belum tahu, mungkin kesulitannya di awal komunikasinya seperti apa kira-kira bagaimana tapi ketika udah dijalankan bukan sesuatu yang sulit karena memang kita jalan satu mobil kecil aja, terus ada mas Dafa yang menulis dan merapikannya. Terus ada sedikit yang ribet di suatu malam ketika meramu idenya sebgaiamana enakny biar proper disajikan ke tv yang mau kita ajak.

- i. Bagaimana perencanaan visualisasi pada film ini?

“Kalau visualisasi mas Fahmi bilang kalau kita low budget dan sudah pasti low light jadi memang konsepnya emang se realistis mungkin tapi agak terbang-terbang tapi sebenarnya mau pakai lighting kamera osmo namun waktu itu lagi rusak jadi kita pakai seadanya aja.

- j. Apa rencana visualisasi yang tergambarkan oleh anda saat memproduksi film ini?

“kalau untuk rencana visualisasi kita Cuma pengen agar rasa kesepian yang dirasain Ali bisa sampai ke penonton aja si itu aja”

- k. Pasca memproduksi film ini apakah anda membutuhkan konsep editing ilustrasi terkait visualisasinya?jika iya jelaskan.

“kalau itu tidak ada karena kita juga pengen bikin film yang simpel aja terus kita juga sangat low budget kan.”

- l. Bagaimana anda memilih aktor untuk peran Ali? Apa kriteria yang anda cari?

“kalau untuk itu tidak ada kriterianya, tapi waktu itu mas Mail sendiri yang memilih karakter Ali karena dia tertarik sama Ali ketika dia melihat video karakter Ali menari di video klip lainnya.”
- m. Apa yang membuat karakter Ali dalam film Woo-Woo begitu menarik?

” karena mas Mail lihat video Ali yang sedang menari-nari di video tari si Ali, terus mas Mail langsung tertarik untuk menjadikan Ali sebagai aktornya”
- n. Apakah film ini menggunakan storyboard yang sama seperti film lainnya?

“ justru kalau story board gaada, aku bisa pastikan gaada, Cuma tulisan aja karena kita gapunya biaya untuk bikin video board atau story board, jadi bener-bener tulisana aja kita bisa membayangkan seperti apa yang akan kita lakukan.”
- o. Bagaimana desain produksi pada film ini?

“desain produksi gaada sih, kita hanya menentukan cluster rumah, cluster pasar dari rumah ke pasar naik angkot abis itu kita jalan ke tempat keramaian, kita hanya menentukan tiga cluster aja sebenarnya. Kita emang mau di Jakarta Selatan semua aja, kayak di Ciputat terus ke arah Blok M yang banyak kerumunan orang, jadi kita memang memikirkan kalau untuk nge bom itu darimana kemana cuman gamungkin di kota banget kan, karena orang kayak gitu ngumpetnya agak diluar kota dikit di pinggiran kota Jakarta dan itu harus sesuai dengan keseharian makanya waktu malam hari Ali sudah mulai keringetan dan kecapean ya karena memang seharian syuting gitu.
- p. Bagaimana penentuan anggaran pada film ini?apakah lebih banyak atau lebih sedikit?

“ Untuk anggarannya sangat low budget paling Cuma anggaran makan dan anggaran transport aja.

q. Apakah penjadwalan produksi film ini sesuai dengan yang anda rencanakan?

“sangat sesuai seingetku,karena kita emang rencananya satu hari aja untuk syutingnya dari pagi sampai malam, kita sesantai itu kok paginya juga ga yang pagi banget dateng-dateng udah pada sarapan juga.”

r. Apa ada target tertentu untuk penonton yang tertuju?

“untuk target tertentu tidak ada sih, kita hanya ingin supaya orang-orang mendapatkan feel yang dirasakan oleh Ali, dan semoga orang-orang makin penasaran dengan Band kita yaitu Band Sore.

2. Film Sebagai Medium Pesan

a. Bagaimana anda mengembangkan narasi dan karakterisasi dalam film ini tanpa dialog?

“kalo itu kita hanya merespon yang ada di sekitar kita aja, kita bener-bener spontan apa yang kita mau lakuin.”

b. Apa ada tantangan khusus yang Anda hadapi saat membuat film tanpa dialog?

“paling diliatin orang-orang aja tapi kita biasa aja cuek aja, tantangan lainnya paling kita harus se actual mungkin biar seoriginal mungkin.”

c. Apakah anda menyangka jika film anda yang berjudul Woo-Woo bisa mendapatkan nominasi untuk Film Cerita Pendek Terbaik di Festival Film Indonesia?

“ga nyangka sih, karena emang kita ga yang menargetkan festival apa gitu engga, karena ingin jadi barangnya Sore aja, bisa tembus atau bisa ditayangin aja udah syukur, aku aja gaperna dapat penayangan umum disini gapernah, tiba-tiba ada di FFTV engga nyangka kita cukup beruntung aja.”

d. Bagaimana adaptasi literatur pada film ini?apakah sama dengan film lainnya?

“kita ingin di interperasikan lebih jauh lebih liar dan lebih bebas aja.”

- e. Referensi film ini darimana?sebenarnya film ini ingin dibuat seperti apa?
“ untuk referensi kita gaada referensi sama sekali, kita pure spontan ingin membuat film seperti ini.”
- f. Ini termasuk film apa?apakah ini hanya short film atau yang lain?
“film pendek yang collab dengan Bnad sore dan ada vidio klipnya di pecah menjadi dua hasil yaitu vidio klip dan film pendek.”
- g. Keunikan dari film ini apakah hanya dari tanpa dialog atau ada ide gagasan lain yang diangkat pada film ini?
“ kalau menurut saya dari liriknya aja udah unik, terus di respon untuk dijadikan film ya jadi lebih unik. Kita juga ngalir ngikutin lirik lagunya aja”
- h. Bagaimana cara anda menggambarkan kesepian tanpa menggunakan dialog?
“ kalau dari pov ku, memperlihatkan keindahan kesehari harian yang sebenarnya simple tapi kayak indah aja buat orang termasuk makan mie yang ada di adegan dan kirim SMS itu udah jadi hal yang indah bagi orang-orang jadi kita kasih empati gitu.”
- i. Bagaimana anda menggunakan sinematografi untuk menggambarkan kesepian dalam film ini?
“Sebagai produser, saya dan tim sangat sadar bahwa kesepian bukan hanya harus terasa lewat dialog atau akting, tapi juga harus bisa ‘terlihat’ secara visual. Karena itu, sinematografi memainkan peran besar dalam menyampaikan emosi itu. Salah satu pendekatan yang kami gunakan adalah melalui komposisi gambar. Kami sengaja menempatkan karakter utama sering kali di tengah frame dengan ruang kosong di sekelilingnya baik di ruangan besar, lorong panjang, atau tempat umum yang ramai tapi tetap terasa asing. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bahwa meskipun secara fisik dia berada di suatu tempat, secara emosional dia terisolasi. Intinya, sinematografi bukan hanya alat teknis, tapi bagian dari bahasa emosional film. Dalam konteks film ini, kami ingin kesepian itu

tidak hanya dilihat, tapi benar-benar dirasakan oleh penonton lewat setiap frame.

j. Bagaimana usaha kreatif pada film ini dilakukan?

“gaada sih, kayaknya lebih kayak mungkin tipikal filmnya bukan yang harus dipahami tapi dirasain aja, karena story line nya sangat simpel, film ini ga harus yang ada alur naik turunnya, pada akhirnya film ini ya dirasain aja.”

k. Apa inspirasi di balik tema kesepian yang diangkat dalam "Woo Woo"?

“kalo inspirasi balik lagi ke lirik lagunya ya.”

l. Apakah ada momen tertentu dalam proses pembuatan film ini yang sangat berkesan bagi Anda?

“yang berkesan ini karena jalan-jalan keseharian dengan bapak-bapak yang lain sama aktornya juga ngobrol-ngobrol segala macam, jadi kayak gaada bedanya dengan kita nongkrong pertama ketika dapet ide film ini. Dan itu sangat berkesan bagi saya.”

m. Apa harapan anda terhadap penonton setelah menonton film ini?

“semoga jadi penasaran sama Bandnya kan masih ya, terutama sama aktor-aktornya terutama alm bang ade paloh yang karya-karyanya sangat bagus, mungkin itu bisa menginspirasi orang-orang lagi entah dari lagunya atau yang lainnnya, kalau yang nonton mudah-mudahan bisa terinteraksi karena emang prosesnya secair itu dari lagu bisa jadi film pendek, semoga ya pada gila berkarya juga kayak kita. Semoga harapannya rasanya sampe kepada yang nonton film ini.”

Foto *Screenshot* wawancara dengan narasumber Giovanni Rahmadeva
(Manajemen Band Sore dan Produser Film Woo-Woo).

