

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Penciptaan Karya

Penyalahgunaan trotoar di Jakarta bukanlah permasalahan baru, sampai saat ini masih terus terjadi dan semakin memprihatinkan. Dilansir dari situs resmi DPRD DKI Jakarta, Dedi, anggota Komisi D, menyatakan bahwa banyak pengendara motor menggunakan trotoar saat jalanan macet, dijadikan tempat parkir, hingga berubah fungsi menjadi lapak dagang oleh Pedagang Kaki Lima (PKL). Masih dari sumber yang sama, Dedi menegaskan bahwa penyalahgunaan trotoar merupakan bentuk pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (UU LLAJ). Dalam Pasal 108 ayat 2 disebutkan bahwa pengemudi kendaraan bermotor wajib mengutamakan keselamatan pejalan kaki dan pesepeda.

Trotoar yang seharusnya menjadi ruang aman dan nyaman bagi pejalan kaki justru banyak disalahgunakan. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa peraturan tersebut masih sering kali diabaikan oleh masyarakat. Banyak pengguna motor yang memilih naik ke trotoar saat menghadapi kemacetan, sementara pejalan kaki harus mengalah atau turun ke badan jalan, yang justru membahayakan keselamatan mereka. Melalui keadaan tersebut, terlihat bahwa adanya ketimpangan akses terhadap ruang publik, di mana ruang yang seharusnya dikhususkan untuk berjalan kaki justru dibagi secara tidak adil. Padahal trotoar di wilayah Jakarta belum merata dan terhitung terbatas, dilansir dari kompas.id, (2025), DKI Jakarta memiliki ruas jalan sebanyak 7.000 km dan hanya 610 km sudah tersedia trotoar. Sehingga, seharusnya masyarakat Jakarta dapat memaksimalkan ruang publik yang sudah tersedia.

Pelanggaran atau kejadian tersebut diperkuat oleh ramainya perbincangan mengenai penyalahgunaan trotoar di media sosial, khususnya *platform* X. Berbagai cuitan memperlihatkan keresahan masyarakat terhadap

kondisi trotoar yang tidak ramah pejalan kaki. Unggahan atau cuitan tersebut tidak hanya berupa keluhan, tetapi juga dokumentasi beserta narasi pengalaman warga di beberapa wilayah di Jakarta. Contohnya seperti dari akun X dengan nama pengguna @tanyakanrl yang cuitannya berisi “Serius deh, kenapa ya orang-orang Indo tuh masih banyak yang kurang *aware* sama fungsi asli trotoar? Aku *as* pejalan kaki suka kesel, entah sama pengguna motor yang naik ke trotoar, pedagang yang naruh gerobak dagangan persis di atas trotoar, capek”. Tidak hanya itu, cuitan lain pun muncul dari akun X dengan nama pengguna @zeoisgood yang berisi “BRO. PLEASE. TROTOAR TUH BUAT ORANG JALAN BUKAN BUAT MOTOR. LU BAYANGIN DEPAN GUE TADI IBU IBU KESEREMPET GARA GARA TROTOAR DIPAKE JALAN MOTOR??? MANA YG PAKE MOTOR MALAH MARAH MARAH? ELING.” Cuitan tersebut mendapat 44.1 ribu *likes* dan 8.614 ribu *reposts* yang dapat diartikan bahwa tidak sedikit yang merasakan hal yang sama atau setuju dengan cuitan yang disampaikan. Selain itu, terdapat komentar pada salah satu cuitan X @tanyakanrl yang berisi “Sekalinya ada trotoar eh dipake pedagang makanan, dipake bengkel, pencucian motor, parkir, dipake pengendara motor biar gk kejem macet, kapan Indonesia bisa rapi.” Dari cuitan tersebut, muncul komentar dari akun X @rahulvenya, “Bener sih, sebagai pejalan kaki *relate* bgt kondisi trotoar Indo yg ramah pejalan kaki tuh dikit bgt dan hiasannya ada di daerah kota doang. Selain daerah kota mah trotoarnya bebatuan+pasir yg kalo ujan becek. Kalo ada trotoar ya itu dipake dagang atau usaha lainnya. Ada trotoar nganggur, eh dipake jalan motor, lagi jalan tiba-tiba diklaksonin seakan-akan kita yg salah”. Raminya perbincangan dan keluhan yang ada di *platform* X membuktikan bahwa banyak masyarakat yang merasa terganggu atau tidak nyaman.

Banyak warga yang menyuarkan keluhan mereka di media sosial, yang kemudian di-*repost* oleh komunitas di *platform* X, yakni Indonesia Menuju *Walkable* milik Stravenues dengan nama pengguna @stravenues yang memiliki jumlah pengikut 35.508 dan akun Instagram @stravenues

dengan jumlah pengikut 13.500. Banyaknya cuitan keluhan yang muncul menjadi bukti bahwa masalah ini tidak lagi bersifat individual, melainkan sudah menjadi kegelisahan bersama. Namun, permasalahan ini tetap terjadi secara berulang, seolah tidak pernah tuntas meskipun berbagai kritik telah dilakukan.

Sebagai produser, penulis melihat bahwa penyalahgunaan trotoar di Jakarta merupakan masalah yang terus berulang dan belum mendapat penyelesaian. Trotoar yang seharusnya menjadi ruang aman bagi pejalan kaki justru dipenuhi oleh pengendara motor, kendaraan yang parkir sembarangan, hingga pedagang kaki lima. Fenomena ini telah berlangsung lama dan menciptakan keresahan publik yang semakin melebar. Hal ini terlihat dari banyaknya keluhan masyarakat yang viral di media sosial, maupun yang muncul di *platform* media sosial seperti Stravenues. Permasalahan penyalahgunaan trotoar merupakan penyebab rendahnya jumlah warga Indonesia yang berjalan kaki. Hal tersebut sejalan pada penelitian (Althoff et al., 2017) yang menyatakan bahwa rata-rata warga Indonesia berjalan kaki sebanyak 3.513 langkah per hari. Angka tersebut jauh lebih rendah dibandingkan rata-rata orang yang berjalan kaki di seluruh dunia, yakni 5.000 langkah per hari.

Namun, penulis tidak hanya melihat permasalahan ini dari sudut pandang pejalan kaki, tetapi juga berupaya memahami perspektif pihak lain yang terlibat di dalamnya, seperti pedagang kaki lima dan pengendara motor. Cara ini dilakukan agar penyajian informasi dalam video dokumenter ini tidak berisi satu arah, tapi mampu menghadirkan beragam sudut pandang yang saling berkaitan. Pendekatan tersebut merupakan salah satu prinsip jurnalistik, yakni menghadirkan informasi yang berimbang dengan menghadirkan berbagai sudut pandang yang relevan. Dengan menerapkan prinsip tersebut, video dokumenter ini tidak hanya menampilkan satu perspektif dan akar permasalahan penyalahgunaan trotoar dapat dipahami secara utuh dan tidak disederhanakan sebagai kesalahan salah satu pihak.

Dalam prosesnya, mengangkat isu yang ramai diperbincangkan

publik merupakan peluang sekaligus tantangan. Isu ini memiliki kedekatan dengan kehidupan masyarakat, namun diperlukan strategi penyajian informasi yang tepat agar kenyataan di lapangan dapat tersampaikan secara jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, sebagai produser, penulis membuat penyajian informasi dengan berbagai bentuk, yakni wawancara dengan narasumber terkait seperti pengamat tata kota, *human sample*, *vox pop* pejalan kaki dan pengemudi ojek online, serta kompilasi permasalahan yang beredar di berita dan media sosial. Melalui pendekatan tersebut diharapkan dapat menghadirkan gambaran permasalahan trotoar di Jakarta tanpa disederhanakan dengan menyalahkan satu pihak.

Penulis kemudian mengembangkan ide penyalahgunaan trotoar menjadi karya video dokumenter dengan judul “Trotoar yang Terlupakan”. Penulis menggunakan metode SOAR (*Strengths, Oppurtunities, Aspirations, Results*) dalam tahap produksi dokumenter ini. SOAR (*Strengths, Oppurtunities, Aspirations, Results*) adalah sebuah metode kerja yang dapat digunakan seseorang, tim, atau organisasi untuk pemikiran yang strategis. Strategi atau rencana yang dibangun untuk masa depan dapat dilakukan melalui kolaborasi, pemahaman bersama, dan komitmen (Watkins, Mohr, & Kelly, 2011).

Melalui pendekatan ini, penulis melihat dan mencari kekuatan-kekuatan yang dapat dimanfaatkan, seperti adanya komunitas Stravenues dan meningkatkan kesadaran publik di media sosial perihal penyalahgunaan trotoar. Selain itu, penulis akan mencari peluang kolaborasi dengan mitra atau komunitas yang memiliki visi yang sama untuk memperkuat dampak dokumenter ini. Lalu, aspirasi yang ingin dibangun dalam dokumenter ini adalah memberikan ruang diskusi yang lebih luas mengenai permasalahan ini dan menggerakkan masyarakat menuju kota yang lebih ramah bagi semua.

Sebagai produser, penulis berharap hasil karya ini bukan hanya berupa audio-visual, namun terdapat empati dan dorongan untuk perubahan nyata. Dokumenter ini bukan hanya akan merekam kenyataan sebenarnya, tetapi juga memperkuat suara-suara yang selama ini tidak terdengar.

1.2 Rumusan Penciptaan Karya

Berdasarkan latar penciptaan karya, terlihat jelas bahwa penyalahgunaan fungsi trotoar di Jakarta merupakan permasalahan yang terus berulang. Sementara kesadaran masyarakat mengenai pentingnya ruang publik bagi pejalan kaki tetap rendah.

Permasalahan tersebut bukan sekadar pemberitaan yang ramai diperbincangkan di media sosial, tetapi juga dirasakan secara langsung oleh penulis sebagai pengguna trotoar di Jakarta. Dalam aktivitas sehari-hari, penulis sering kali menemukan kondisi trotoar yang tidak dapat digunakan sesuai fungsinya, sehingga penulis sebagai pejalan kaki harus mengalah atau turun ke badan jalan. Hal tersebut menunjukkan adanya ketimpangan akses ruang publik. Berangkat dari pengalaman pribadi sebagai pejalan kaki sekaligus pengguna trotoar, serta pengamatan terhadap ramainya pembicaraan publik mengenai isu ini, penulis sebagai produser mulai mengembangkan ide untuk mengangkat penyalahgunaan trotoar ke dalam bentuk video dokumenter.

Proses pengembangan ide ini tidak hanya berangkat dari satu sudut pandang, melainkan dengan memahami berbagai perspektif yang berkaitan, seperti pejalan kaki, pedagang kaki lima, pengendara motor, serta sudut pandang pihak yang memiliki kewenangan dalam pengelolaan ruang publik. Melihat kondisi tersebut, penulis sebagai produser melihat penting adanya strategi penyajian informasi yang mampu menghadirkan realitas penyalahgunaan trotoar secara lebih dekat dan mudah dipahami oleh publik. Oleh karena itu, dalam proses produksi video dokumenter ini, penulis sebagai produser mengembangkan ide dengan memadukan berbagai bentuk penyajian, seperti kompilasi permasalahan yang beredar di pemberitaan, sudut pandang *human sample*, *vox pop* pejalan kaki dan pengemudi ojek online, serta wawancara dengan narasumber yang relevan dengan permasalahan ini, yakni Pengamat Tata Kota yang juga menjabat sebagai Staf Khusus Gubernur Jakarta Bidang Pembangunan dan Tata Kota serta *Co-founder* Stravenues dengan latar belakang Pendidikan Perencanaan Wilayah

dan Kota. Pendekatan ini bertujuan untuk menampilkan permasalahan penyalahgunaan trotoar dari berbagai sudut pandang, sekaligus memperlihatkan bahwa masalah ini tidak berdiri pada satu pihak saja.

Dalam proses penciptaan karya, penulis menggunakan metode SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) sebagai upaya untuk mengembangkan ide dan merancang produksi dokumenter. Melalui metode ini, karya dokumenter tidak hanya berfokus pada masalah, tapi juga dimanfaatkan untuk mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki, peluang kolaborasi dengan komunitas atau mitra dengan visi sejalan, serta harapan terhadap hasil yang dapat mendorong perubahan sikap publik terhadap fungsi trotoar yang seharusnya.

1.3 Tujuan Karya

Tujuan dari penciptaan karya video dokumenter ini adalah mengangkat keresahan masyarakat Jakarta terhadap penyalahgunaan fungsi trotoar yang tidak kunjung selesai, walaupun sudah lama menjadi isu publik dan disuarakan melalui media sosial maupun komunitas seperti Stravenues.

Melalui karya video dokumenter ini, penulis sebagai produser ingin menghadirkan keadaan sebenarnya di lapangan yang selama ini dialami pejalan kaki, sekaligus menunjukkan bahwa permasalahan trotoar merupakan persoalan bersama yang berdampak langsung pada keselamatan dan kenyamanan ruang publik.

Selain itu, karya ini bertujuan untuk menyajikan informasi melalui strategi penyajian yang menampilkan kompilasi permasalahan dari pemberitaan, *vox pop* pejalan kaki dan pengemudi ojek online, wawancara dengan berbagai pihak yang berkaitan, serta *human sample*. Pendekatan ini diharapkan mampu memperlihatkan permasalahan yang kompleks penyalahgunaan trotoar dari beragam sudut pandang, sehingga penonton tidak hanya melihat persoalan ini secara satu arah, tetapi memahami alasan serta kondisi yang melatarbelakanginya.

Dalam proses produksinya, produser menerapkan metode SOAR

(*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) sebagai bantuan berpikir kreatif dan strategis untuk mengembangkan ide dan mengelola produksi. Hasil akhirnya, diharapkan video dokumenter ini menjadi karya yang berdampak dan sebagai upaya refleksi tentang pentingnya ruang publik yang layak seperti trotoar. Melalui pendekatan metode SOAR, karya ini dapat menjangkau penonton yang lebih luas dan membangun kesadaran akan pentingnya perubahan.

1.4 Manfaat Karya

Adapun manfaat dari penciptaan karya ini dibagi menjadi tiga, yakni manfaat akademis, manfaat praktis, dan manfaat sosial.

1.4.1 Manfaat Akademis

Video dokumenter “Trotoar yang Terlupakan” diharapkan dapat memberikan manfaat yang luas dalam berbagai aspek, baik secara akademis, praktis, maupun sosial. Manfaat akademis dari video dokumenter “Trotoar yang Terlupakan” terletak pada penerapan metode SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) dalam strategi produser sebagai pengembangan ide dan produksi karya video dokumenter. Dalam karya ini, metode SOAR tidak sebagai fokus utama karya, namun sebagai metode yang membantu menciptakan karya yang strategis dalam mengelola ide dan merancang penyajian informasi.

Selain itu, karya dokumenter ini dapat menjadi rujukan akademik bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang produksi audio-visual dan dokumenter, dalam memahami peran produser dalam mengembangkan ide dari pengalaman pribadi dan fenomena sosial menjadi karya dokumenter. Karena dokumenter ini juga memberikan gambaran mengenai strategi penyajian informasi melalui perpaduan kompilasi media sosial, menghadirkan *human sample*, *vox pop*, dan wawancara, sehingga dapat dijadikan contoh penerapan pendekatan jurnalistik dalam membuat video dokumenter

yang relevan dengan isu sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penciptaan dokumenter ini adalah memberikan gambaran mengenai strategi penyajian informasi dalam menyampaikan isu penyalahgunaan trotoar secara berimbang melalui berbagai sudut pandang. Penerapan metode SOAR dalam tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi juga membantu produser dalam merencanakan dan mengelola, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih dipahami oleh audiens.

1.4.3 Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari dokumenter ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap pentingnya trotoar yang aman dan nyaman bagi pejalan kaki. Dokumenter ini menunjukkan bahwa penyalahgunaan trotoar bukan sekadar masalah tata kota, tetapi juga ketimpangan akses terhadap ruang publik yang layak.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Produser

Menurut Sugiarti dkk. (2023), produser merupakan seseorang yang bertanggung jawab dalam memimpin jalannya produksi serta mengoordinasikan seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi (*pre-production planning*), produksi (*production*), hingga pasca-produksi (*post-production*). Dalam menjalankan tugas tersebut, produser perlu memiliki tujuan dan visi yang jelas agar proses produksi dapat berlangsung secara efektif dan efisien. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi yang tepat sehingga seluruh sumber daya yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal. Sementara itu, Morissan (2008:274) menyatakan bahwa produser adalah individu yang bertanggung jawab membuat ide kreatif menjadi konsep yang praktis

dan memiliki nilai jual. Oleh karena itu, produser harus memastikan terdapat dukungan berbagai sumber daya serta mengelolanya dengan baik agar proses produksi dapat terlaksana sesuai rencana.

Strategi merupakan bentuk perencanaan yang disusun oleh produser dalam memimpin dan mengarahkan tim selama proses produksi. Dalam menjalankan perannya, produser perlu memiliki kemampuan manajemen yang mencakup fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), serta pengawasan dan evaluasi (*controlling*). Seluruh fungsi tersebut menjadi dasar dalam mengelola seluruh kegiatan produksi agar berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Apabila salah satu fungsi manajemen tidak terlaksana dengan baik, proses produksi berpotensi mengalami hambatan karena keberlangsungan kegiatan produksi sangat bergantung pada pengelolaan yang dilakukan oleh produser.

Tommy Suprpto (2013:54) juga berpendapat bahwa produser adalah seseorang yang ditunjuk oleh produser pelaksana (*executive producer*) untuk menjalankan berbagai tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan dalam suatu produksi. Dalam menjalankan perannya, produser dituntut memiliki kemampuan berpikir kreatif serta mampu mengembangkan ide atau gagasan ke dalam bentuk proposal proyek yang terstruktur. Selain itu, produser juga perlu memiliki kemampuan kepemimpinan dan kerja sama yang baik agar dapat berkoordinasi dengan seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi.

1.5.2 Dokumenter

Prakoso (dalam Zidan & Dianta, 2025) dokumenter merupakan produksi video yang berdasarkan kenyataan dan fakta. Dokumenter menyajikan realitas dalam berbagai cara bertujuan untuk tujuan penyebaran informasi, pendidikan, atau propaganda kepada individu atau kelompok. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Dwicahya (2018) yang mengatakan bahwa dokumenter merupakan film yang

didokumentasikan secara nyata dan berdasarkan fakta yang dilakukan di lokasi sesungguhnya. Dalam proses produksinya, dokumenter diciptakan dengan penggunaan kamera, suara, dan lokasi. Dalam karya ini, penulis membuat dan mengembangkan video dokumenter berdasarkan isu sosial yang terus berulang hingga saat ini, yakni penyalahgunaan trotoar di Jakarta. Namun, penulis hanya berfokus pada beberapa kawasan sebagai contoh dan perbandingan berdasarkan kenyataan serta fakta yang sudah diriset sebelumnya.

1.5.3 Informasi

Penyajian informasi dalam karya video dokumenter ini dipahami sebagai memberikan informasi pada masyarakat luas. Menurut Rodin (2020) informasi merupakan hasil dari proses mengolah data yang memberikan bentuk yang lebih berarti dari suatu kejadian. Informasi juga dapat disebut sebagai kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima (Andri Kristanto, 2003: 6 dalam Rodin, 2020). Dalam keseharian, tidak sedikit yang mengatakan bahwa informasi merupakan seluruh yang kita komunikasikan, seperti yang disampaikan oleh seseorang melalui bahasa lisan, surat kabar, video, dan lain-lain. Menurut (Sulistyo-Basuki, 2004) dalam buku Informasi Dalam Konteks Sosial Budaya (Rodin, 2020) menambahkan bahwa informasi dapat digunakan sebagai pendukung penelitian atau riset sebuah karya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fungsi informasi dalam lingkup manajemen, yakni:

- a) Untuk membantu pengambilan keputusan
- b) Untuk mendukung riset atau penelitian
- c) Untuk memperluas pengetahuan atau wawasan

1.5.4 Strategi Kreatif

Menurut Zartian & Maring (2021) strategi merupakan

perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam proses pencapaian, strategi tidak hanya berfokus pada prosesnya saja, melainkan sebagai petunjuk atau cara menjalankannya. Sedangkan kreatif menurut *Creative Education Foundation*, kemampuan yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang yang menentukan pendekatan atau ide baru dalam menghadapi situasi tertentu. Hasil dari kreativitas tidak jauh dari orisinal, unik, atau ide yang baru.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif merupakan perpaduan antara perencanaan yang terarah dan pengelolaan ide-ide yang baru untuk mencapai tujuan tertentu.

1.5.5 SOAR (*Strengths, Oppurtunities, Aspirations, Results*)

Menurut Sugiarti dkk (2023) strategi SOAR (*Strengths, Oppurtunities, Aspirations, Results*) sebagai metode perencanaan merupakan pendekatan yang modern dan inovatif dalam membangun pemikiran strategis, menilai individu dan tim untuk berbagi mengenai aspirasi, serta menentukan hasil yang dapat diukur. Analisis SOAR berfokus dan menekankan dua aspek, yakni aspek aspirasi dan hasil yang dapat diukur sesuai rencana. Setiap individu atau tim dapat menyusun metode yang strategis untuk membangun kolaborasi, pemahaman bersama, dan komitmen untuk masa yang akan datang.

SOAR merupakan sebuah metode kerja yang dapat digunakan seseorang, tim, atau organisasi untuk pemikiran yang strategis. SOAR berfokus pada beberapa hal, yakni: *strengths* (kekuatan), *oppurtunities* (peluang), *aspirations* (aspirasi), dan *results* (hasil).

Internal Eksternal	Strenght Daftar Faktor Kekuatan Internal	Oppurtunities Daftar peluang Eksternal
Aspirasi Daftar faktor harapan dari internal	Strategi SA Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi	Strategi OA Strategi yang berorientasi pada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang
Result Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan	Strategi SR Menciptakan strategi yang berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yg terukur	Strategi OR Strategi yg berorientasi kepada kesempatan utk mencapai Result yg sudah terukur

Tabel 1. 1 Identifikasi SOAR

Sumber: Hasyim (2023)

Gustiansyah & Tajuddien (2024) mengatakan bahwa strategi SOAR terbagi menjadi empat bagian, yakni:

1. Strategi SA (*Strengths Aspirations*), yakni strategi yang menggunakan kekuatan dengan penuh agar dapat meraih aspirasi yang diharapkan.
2. Strategi OA (*Opportunities Aspirations*), yakni strategi yang dibuat untuk mengetahui dan memenuhi aspirasi dari setiap pemangku kepentingan yang berorientasi pada peluang yang ada.
3. Strategi SR (*Strengths Responses*), yakni strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang untuk mencapai aspirasi.
4. Strategi OR (*Opportunities Responses*), yakni strategi yang fokus pada hasil yang ingin dicapai secara terukur.

1.5.6 Referensi Karya-karya Terdahulu

No.	Jenis Karya	Judul Karya	Analisi Teknis	Analisis Non Teknis	Yang Dijadikan Acuan
1.	Video Dokumenter	"Salt in their Veins" – Rita Hencke @ritahencke	Penyajian visual sinematografi natural khas dokumenter.	Mengangkat nilai budaya Bajo dan hubungan emosional mereka dengan laut.	Referensi visual yang kuat tentang budaya lokal dan narasinya natural.
2.	Video Dokumenter	"Menjahit Luka (2020)" – Evoltine Production @evoltine.production	Editing cukup rapi, tempo visual dan transisi mendukung <i>storytelling</i> .	Menyentuh dari sisi sosial <i>new normal</i> pasca pandemi.	Acuan relevan tentang dokumenter sosial Indonesia yang realistis.
3.	Video Dokumenter	"MINORITAS URBAN: Pilih Jalan Mana?" – Watchdoc Documentary @WatchdocDocumentary	Teknis udah cukup rapi dari segi pengambilan gambar, audio, dan alur editing.	Mengangkat isu sosial kelompok yang terpinggirkan dengan pendekatan yang humanis.	Menyusun dokumenter bertema sosial yang kuat secara pesan dengan menggunakan <i>vox pop</i> pejalan kaki.

Tabel 1. 2 Karya Terdahulu

Berdasarkan referensi karya terdahulu yang telah dibuat, penulis melihat bahwa gaya dokumenter dengan mengangkat isu sosial yang realistis dan dekat dengan kehidupan masyarakat, lalu digabungkan dengan gaya penyampaian informasi atau pesan yang kuat memiliki daya tarik visual dokumenter yang natural, namun tetap dengan narasi dan visual yang menonjolkan fakta yang terjadi di lapangan untuk menyuarakan hak suara yang sama serta berimbang.

Namun, gaya dokumenter yang mengangkat isu sosial seperti ini perlu persiapan secara teknis dan menghadapi tantangan. Karena

pengambilan gambar di ruang publik, tim produksi perlu mengantisipasi sulitnya mencari narasumber di lapangan karena isu yang diangkat menyuarakan hak pejalan kaki. Oleh karena itu, pada proses perencanaannya, dokumenter ini tidak menyudutkan salah satu pihak, tapi tetap menyuarakan hak yang dirugikan dalam isu sosial yang diangkat. Hal tersebut diperkuat dengan adanya pendapat serta konsep video dokumenter dengan pengambilan *angle* pembahasan yang relevan dengan masyarakat sosial perspektif dan akar permasalahan penyalahgunaan trotoar dapat dipahami secara utuh dan tidak disederhanakan sebagai kesalahan salah satu pihak.

