



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Web series Mad for Makeup adalah hasil karya Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis, sebagai syarat kelulusan S1 *Film & Television* peminatan Film. *Web series Mad for Makeup* terdiri dari tiga (3) episode berupa promosi *soft-selling* mengenai konsep *brand Mad for Makeup*. Metode penulisan yang digunakan penulis dalam membuat laporan Tugas Akhir ini adalah metode kualitatif, dimana sebelum melakukan rancangan atau tahapan produksi, penulis terlebih dahulu mewawancarai pihak *Mad for Makeup* untuk mendapatkan informasi mengenai konsep dari *brand Mad for Makeup* itu sendiri.

3.1.1. Profil Perusahaan

Mad for Makeup merupakan sebuah *brand* lokal yang menjual produk kosmetik atau produk kecantikan lainnya. Berawal dari rasa penasarannya, Tony Tan, terjun ke lapangan (pabrik-pabrik kosmetik) untuk mengetahui proses produksi, distribusi, sampai kepada penentuan harga berdasarkan kualitas yang dihasilkan suatu *brand* kosmetik. Maka dari itu, pada tahun 2017, Tony Tan memberanikan diri untuk mendirikan sebuah *brand* kosmetik bernama *Mad for Makeup*. Melalui *brand* ini, Tony Tan berharap dapat menciptakan *brand* lokal (Indonesia) dengan kualitas internasional, dengan harga yang cukup terjangkau oleh masyarakat Indonesia.

Harapan itu selalu ditanamkan pada *Mad for Makeup* melalui jargon atau slogannya “*Be Different, Be Pretty, We Got You*”. Slogan tersebut juga diharapkan dapat menjadi motivasi bagi seluruh wanita Indonesia, agar lebih memiliki rasa percaya diri akan diri sendiri. Selain itu, didirikannya *brand Mad for Makeup* juga bertujuan agar seluruh kalangan wanita di Indonesia, dapat mengakses atau membeli produk berkualitas internasional, dengan harga yang terjangkau.

Sampai saat ini, *Mad for Makeup* menjual produk-produk kosmetik serta alat-alat seperti *beauty sponge, brush cleanser, eyebrow pencil, lipstick, brush*, serta aksesoris-aksesoris lainnya seperti *totebag*. Promosi dan pemasaran produk-produk *Mad for Makeup* dilakukan melalui bermacam-macam *platform*, antara lain; *website (madformakeup.co)*, media sosial Instagram (*@madformakeup.co*), *Sociolla, Shopee, Tokopedia*, dan *Summer Beauty House*.

3.1.2. Client Brief

Dalam pembuatan *web series Mad for Makeup*, kami terlebih dahulu mewawancarai Tony Tan selaku *CEO Mad for Makeup*, untuk menggali informasi mengenai *brand* itu sendiri. Seperti yang telah dituliskan pada bagian profil perusahaan di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa *Mad for Makeup* merupakan *brand* lokal yang didirikan Tony Tan, dengan harapan agar produk berkualitas internasional tersebut dapat dijangkau oleh seluruh kalangan wanita di Indonesia. *Mad for Makeup* memiliki beberapa kompetitor, yakni *brand-brand* lokal yang menjual kosmetik serta alat-alat kecantikan, terutama yang menjual *beauty sponge* seperti *Jacquelle Official*, dan *Beauty Blender*.

Sebagai cara untuk menjadi *brand* yang unggul dibandingkan kompetitor-kompetitornya, *Mad for Makeup* menciptakan produk-produk yang memiliki keunggulan dari *brand* lain. Keunggulan yang dimaksud tersebut salah satunya adalah kualitas produk yang tinggi, dengan harga yang terjangkau, maka dapat dikatakan harga dan kualitas produk *Mad for Makeup* dapat bersaing di industri kosmetik lokal. Selain itu, *Unique Selling Point (USP)* lain dari produk *Mad for Makeup* adalah adanya konsep yang kuat dan unik (*catchy*) dari setiap produk yang dikeluarkan. Keunggulan-keunggulan tersebut diselimuti dengan *packaging* yang menarik dan lucu, sehingga menjadi tombak utama *brand* agar konsumen dapat percaya dan membeli produk-produk *Mad for Makeup*.

Mad for Makeup memiliki tujuan yaitu memberikan motivasi kepada perempuan-perempuan Indonesia untuk dapat mengalahkan *insecurities* yang mereka rasakan, sehingga dapat lebih percaya diri dengan penampilannya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara, selain slogan *brand* 'Be Different, Be Pretty, We Got You', Tony Tan menambahkan bahwa hal penting yang juga ingin disampaikan ialah 'Everyone CAN be Pretty.'. Target pemasaran yang ditetapkan oleh *brand Mad for Makeup* adalah perempuan usia 18 hingga 22 tahun yang menyukai kosmetik dan alat-alat kecantikan.

Berdasarkan diskusi dengan *CEO Mad for Makeup*, *web series* yang akan penulis buat menceritakan perjalanan seorang perempuan dalam menemukan jati dirinya. Tony juga berpesan bahwa tokoh utama dalam *web series* harus merepresentasikan *Mad for Makeup*. Untuk selengkapnya, penulis mencantumkan *client brief Mad for Makeup* pada bagian Lampiran dalam penulisan (Hlm. 58).

3.1.3. Sinopsis

April adalah seorang *copywriter* di sebuah majalah *fashion*. Ia memiliki akun Instagram yang dikhususkan untuk mengunggah berbagai tren *fashion*. Suatu hari, para *followers* April meminta April untuk mengunggah foto pribadinya. April yang kala itu sangat *insecure* dengan dirinya pun terpaksa untuk mengedit fotonya demi terlihat sempurna di hadapan para *followers*-nya. Kebohongan akhirnya terus berlanjut agar April tetap mendapatkan perhatian serta pujian yang berasal dari para penggemarnya di Instagram.

3.1.4. Posisi Penulis

Dalam pembuatan karya Tugas Akhir berupa *web series Mad for Makeup*, penulis memiliki posisi sebagai *Director of Photography*. Peran penulis adalah menciptakan gaya visual retro 1990-an melalui perancangan pencahayaan, melalui kesepakatan bersama dengan sutradara.

3.1.5. Peralatan

Penulis sebagai *Director of Photography*, tentunya menggunakan peralatan-peralatan yang dapat mendukung konsep serta kebutuhan cerita. Peralatan-peralatan tersebut terdiri dari kamera, lensa, pencahayaan, *filter*, dan aksesoris-aksesoris lainnya seperti *camera stabilizer*. Penulis menggunakan beberapa peralatan pribadi, seperti kamera *mirrorless* dan lensa milik penulis. Selain itu, peralatan yang penulis pakai juga berdasarkan *budget* produksi. Berikut adalah rincian peralatan yang digunakan penulis selama proses produksi *web series Mad for Makeup*.

Penulis menggunakan kamera *mirrorless Sony A7S Mark II* dalam produksi *web series Mad for Makeup*. Dilihat dari spesifikasi, *Sony A7S Mark II* merupakan kamera *full frame*, dimana tidak terjadi pemotongan gambar (*cropped image*) ketika menggunakan lensa *full frame*. Selain makin besarnya resolusi yang didapat, *Sony A7S Mark II* juga memiliki tingkat sensitivitas ISO yang tinggi, dengan tingkat *noise* yang rendah. Kamera ini memang dikenal sebagai *low-light master*, dimana masih dapat bekerja dengan sangat baik apabila berada di tempat yang cukup gelap.

Dengan kamera *Sony A7S Mark II*, penulis menggunakan lensa *Canon EF 16-35mm f/2.8L III USM*, *Canon EF 50mm f/1.2L USM*, *Canon EF 24-105mm f/4.0L IS USM*. Dengan adanya *lens adaptor Commlite EF Mount Lens to E-Mount Camera Adapter (Sony NEX)*, ketiga lensa tersebut digunakan selama tahap produksi. Lensa-lensa tersebut merupakan lensa *full frame*, sehingga tidak akan terjadi pemotongan gambar (*cropped image*). Pemilihan lensa tersebut juga telah diukur agar beratnya tidak melebihi kapasitas *Zhiyun Tech Crane 2 3-Axis Camera Stabilizer*, yang akan dipakai pada beberapa adegan dalam *web series Mad for Makeup*.

Proses produksi berlangsung dalam sebuah rumah toko (*indoor*) yang pencahayaan naturalnya berasal dari jendela dan beberapa lampu di atap kamar. Untuk memenuhi kebutuhan 3 (tiga) episode *web series Mad for Makeup*, penulis menggunakan beberapa peralatan pencahayaan, antara lain; *Aputure LS120D*, dua buah *Aputure LS300D*, dua buah *LED*, *Kino Flo 4ft-4bank*, *gel filters (CTO, red gel, blue gel, purple gel)*. *Aputure LS300D* digunakan saat melawan cahaya

matahari, *Aputure LS120D* menjadi *ambience light*, kedua LED dan *Kino Flo* digunakan saat *scene* malam hari pada episode 3 (tiga). Kedua LED di atas juga akan digunakan pada saat pengambilan gambar di sebuah kafe.

3.2. Tahapan Kerja

Dalam pembuatan karya Tugas Akhir *web series Mad for Makeup*, penulis sebagai *Director of Photography* telah melakukan perancangan mulai dari proses pra produksi dan produksi.

3.2.1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, penulis beserta tim produksi melakukan *breakdown* dari *client brief* atau *creative brief* dari pihak *Mad for Makeup*. Setelah penulis mengetahui dan memahami visi dan misi sutradara, penulis bersama sutradara mulai menyusun *shot* dari *script* yang telah dibuat. Setelah menyusun *shot*, penulis juga memikirkan konsep pencahayaan yang merepresentasikan konsep retro 1990-an, sesuai keinginan sutradara. Berikut merupakan rincian hal-hal yang telah penulis lakukan selama tahap pra-produksi, antara lain;

1. Penulis menerima naskah final dari sutradara, dan kemudian bersama-sama berdiskusi, menyamakan visi dan gambaran kasar visual yang akan terlihat pada *web series Mad for Makeup*.
2. Penulis dan sutradara masing-masing mencari referensi visual tahun 1990-an yang cocok dengan cerita dalam naskah, yang kemudian didiskusikan kembali hingga menetapkan konsep visual atau *looks* pada *web series Mad for Makeup*.

3. Penulis bersama dengan sutradara kembali berdiskusi dalam membuat *storyboard*, berdasarkan naskah final yang telah dibuat. Berikut salah satu contoh perancangan *shot* pada *storyboard*;

April hanya tertidur di tempat tidurnya, terlihat lifeless.

Tiba-tiba TERDENGAR LAGU yang diputar berubah menjadi lagu pop rock. April yang sedang bersedih tersebut menghampiri cd playernya, dengan kesal mengganti lagu yang sedang diputar.

Gambar 3.1. *Script Episode 3, Scene 2*

(Sumber: dokumentasi pribadi penulis)

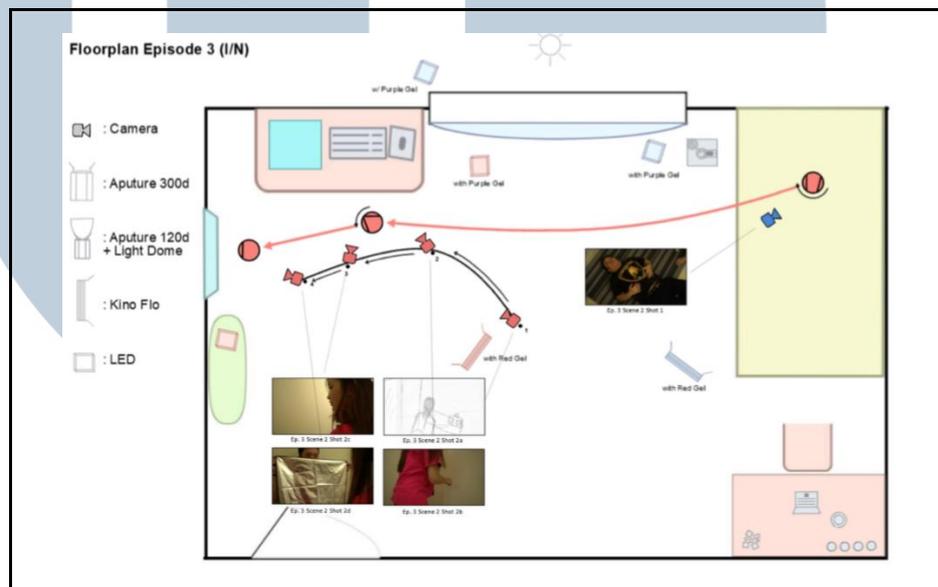


Gambar 3.2. *Framing Storyboard Episode 3, Scene 2, Shot 1*

(Sumber: dokumentasi pribadi penulis)

4. Penulis menentukan *shotlist* serta melakukan revisi *storyboard* ketika menemukan ide *shot* pengganti, dan mendiskusikannya kembali bersama sutradara. Hal-hal teknis seperti *framing*, pemakaian lensa, pergerakan kamera, transisi perpindahan *setup*, dan lain sebagainya mulai dipikirkan secara kasar.

5. Penulis mulai memikirkan hal-hal teknis seperti membuat perancangan pencahayaan. Perancangan tersebut dibantu dengan membuat *floorplan*, dimana penulis juga membayangkan *looks* atau visual apa yang akan didapat dari penataan pencahayaan tersebut. Berikut merupakan contoh *floorplan* yang dibuat pada saat perancangan pencahayaan pada episode 3.



Gambar 3.3. *Floorplan Episode 3 Web Series Mad for Makeup*
(Sumber: dokumen pribadi penulis)

6. Penulis membuat rincian peralatan yang diperlukan guna mewujudkan apa yang telah direncanakan dalam *storyboard* dan *shotlist*. Kemudian, penulis beserta tim produksi melakukan *location scouting* dan *recce* untuk mengetahui kondisi lokasi atau lapangan. *Recce* juga bertujuan sebagai uji coba *storyboard* serta *shotlist* yang telah dibuat. Pada tahap ini juga, beberapa penyesuaian *shot* serta perancangan pencahayaan dilakukan sebagai bekal (gambaran kasar) pada saat produksi.

3.2.2. Produksi

Tahap produksi adalah tahap pengambilan gambar (*real shooting*), dimana diperlukan kesiapan dan kerjasama dari tim produksi, mulai dari sutradara, pemain atau aktor atau aktris, hingga departemen lainnya. Manfaat *recce* akan dirasakan pada tahap ini, kecuali terdapat beberapa permasalahan baru, yang berbeda pada saat *recce*. *Shotlist*, *storyboard*, *shooting schedule*, *callsheet*, menjadi acuan dalam hari pengambilan gambar.

1. Penulis melakukan penataan cahaya beserta kamera, lensa, dan sebagainya sembari menunggu *art department* selesai. Selanjutnya, penulis juga melakukan *test shot* menggunakan *stand-in*, untuk memeriksa kembali pencahayaan yang telah dibuat.
2. Penulis, sutradara, beserta asisten sutradara mengambil keputusan untuk menyederhanakan atau bahkan menghilangkan beberapa *shot* dalam sebuah adegan, dikarenakan terbatasnya waktu *shooting*. Akan tetapi, terdapat juga beberapa *shot* yang dapat dipindah ke hari esoknya.
3. Dari segi tata pencahayaan, penulis dalam beberapa *scene* harus menyesuaikan pencahayaan dengan cahaya matahari yang berubah-ubah (terbuka dan tertutup awan). Hal tersebut dapat dikatakan agak menghambat jadwal produksi, walaupun tidak fatal.
4. Penulis meminta waktu yang agak lama untuk menata pencahayaan pada episode 3, *scene* 3, *shot* 1. *Shot* tersebut diambil *long-take* dengan tata pencahayaan yang juga mengalami pergerakan saat pengambilan gambar

berlangsung. Maka dari itu, dibutuhkan waktu yang agak lama untuk mendapatkan hasil yang terbaik.

5. Penulis merasa kekurangan kru departemen kamera, yang menyebabkan penulis mengambil banyak pengaturan serta tata pencahayaan sendiri. Hal ini juga tentunya agak menghambat waktu produksi.

3.3. Acuan

Pada pembuatan karya Tugas Akhir *web series Mad for Makeup*, penulis berfokus pada penataan atau perancangan pencahayaan bertema retro 1990-an. Maka dari itu, penulis mencari beberapa referensi atau acuan visual yang sesuai dengan retro 1990-an, terlebih dari segi warna dan pencahayaan. Pada keseluruhan episode, warna yang akan ditampilkan adalah warna *warm*. Tidak selalu berwarna oranye (identik dengan pagi-sore hari) akan tetapi *warm* juga dapat dirasakan pada episode 3, dari warna merah dan ungu yang dihasilkan menggunakan pencahayaan.

1. Twice - Likey

Merupakan *re-creation* menjadi gaya retro, yang juga akan dicapai pada *web series Mad for Makeup*, terutama pada episode 1 dan 2 yang

menggunakan warna *warm* atau cenderung oranye. *Music Video* ini menjadi acuan dalam segi warna pada saat adegan siang hari. Tidak hanya itu, *shot* dalam *music video* ini juga dapat digunakan sebagai acuan *hard-lighting* yang membentuk tekstur cahaya pada *background*.



Gambar 3.4. Acuan Penerapan Warna Warm
(Sumber: Screenshot MV Twice - Likey)

2. Flatliners (1990)

Penulis menjadikan film *Flatliners* sebagai acuan permainan kontras warna dalam sebuah adegan, yang akan diwujudkan pada adegan 3 episode 3 *web series Mad for Makeup*. Pemakaian teori *analogous color* pada film tersebut diadaptasi dengan memperluas *color range analogous color* menjadi warna merah violet hingga biru violet. Warna tersebut merupakan kontras warna yang akan diwujudkan dalam adegan 3 episode 3 *web series Mad for Makeup*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.5. Acuan Penerapan Permainan Warna Sumber Cahaya
(Sumber: *Flatliners*, 1990)

Tidak hanya itu, film *flatliners* juga menggunakan konsep *pictorial lighting*, dimana memanfaatkan perubahan pencahayaan untuk mendukung makna sebuah adegan. Konsep tersebut juga menjadi acuan dalam pencahayaan pada adegan 3 episode 3 *web series Mad for Makeup*. Akan tetapi, pencahayaan tidak berubah warna, melainkan hanya mengalami perubahan arah pencahayaan yang mengikuti pergerakan subjek.

3. The Beautician and The Beast (1997)

Penulis menggunakan acuan film *The Beautician and The Beast* (1997) sebagai acuan warna serta pencahayaan yang halus. Pemakaian warna oranye dapat terlihat pada *skintone* dan seisi *frame* (*warm color temperature*), ditambah dengan *soft-light* pada subjek yang seakan mendukung suasana atau emosi dalam sebuah adegan.



Gambar 3.6. Acuan Penerapan Pencahayaan *Soft Light*
(Sumber: *The Beautician and The Beast*, 1997)

4. Psycho IV: The Beginning (1990)

Salah satu adegan di atas merupakan bagian dalam Film Psycho IV: The Beginning (1990), dimana menjadi acuan dalam hal *contrast ratio* untuk adegan malam hari pada *web series Mad for Makeup*. Pada adegan tersebut, tokoh April sedang berada dalam keadaan terpuruk setelah mendapat cemooh dari para *followers*-nya. Suasana tokoh tersebut didukung dengan perbandingan *contrast ratio* 8:1.



Gambar 3.7. Acuan Penerapan Pencahayaan *Soft Light*
(Sumber: *The Beautician and The Beast*, 1997)