



### **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 II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Tinjauan Karya Sejenis**

Setelah melakukan riset, penulis juga mencari tahu beberapa program yang bisa disangkutkan, minimal memiliki kesamaan dengan program yang hendak dibuat oleh penulis. Penulis menetapkan *Pimp My Ride*, *Car S.O.S*, dan modifikasi plus sebagai pembanding.

Memang isi dari ketiga program di atas tidak sepenuhnya mirip dengan konsep yang penulis dan tim buat, namun ketiga program diatas bisa menjadi pembanding.

##### *1. Pimp My Ride*

Link: <https://www.youtube.com/user/MTV>

Cerita singkat: Acara ini sebenarnya memiliki konsep acara memodifikasi sebuah mobil tua menjadi baik kembali. Beberapa mobil yang ditampilkan bisa dikatakan sudah tidak layak lagi untuk dikendarai oleh pemiliknya. Tim dari Pimp My Ride akhirnya membawa mobil tersebut ke bengkel mereka dan merombak total namun tidak mengubah basis dasar dari kendaraan tersebut. Tidak mengubah basis dimaksudkan adalah jika awalnya mobil tersebut adalah sebuah VW Kodok, maka mobil tersebut akan tetap menjadi VW Kodok.

Dengan memperbaiki kerusakan-kerusakan pada mobil tersebut, maka mobil tersebut menjadi layak jalan bahkan lebih bagus dari awal saat membelinya. Acara ini sempat diadaptasi di Indonesia, sayangnya kurang berjalan dengan baik dan akhirnya tidak lagi dilanjutkan.

#### Kelebihan:

Acara ini berfokus pada sisi keluarga. Acara ini dibuat dengan para modifikator yang memang bekerja pada acara tersebut, jelas secara gambar akan lebih baik dan terasa lebih dekat. Dekat artinya ada interaksi yang terjadi antar tim, sehingga acara ini terlihat lebih ramai dan menyenangkan. Pengambilan gambar tergolong baik dengan banyaknya *timelapse* dan efek kamera yang tidak membosankan.

Dengan durasinya yang berkisar antara 20 hingga 30 menit, sudah cukup untuk menjelaskan bagaimana tim *Pimp My Ride* membenahi mobil rusak menjadi lebih keren dari barunya dengan baik. Logo acara yang digunakan pada setiap acara dimulai dan selesai sudah cukup baik. Meski tidak terlalu banyak animasi, logo tersebut sudah dapat dikatakan menarik dan mudah diingat. Lagu dan *jingle* yang disematkan dalam acara ini tergolong cukup dapat membangun suasana dengan *beat* yang semangat.

#### Kekurangan:

Harga dari modifikasi yang dilakukan tidak tercantum sehingga ada kebingungan untuk melakukan modifikasi sejenis. Kekurangan lainnya yang terlihat tidak dijelaskan secara detail mengenai jenis modifikasi yang dilakukan pada kendaraan tersebut. Meskipun gambar yang diambil dalam acara tersebut

sudah menarik, penulis tetap menilai bahwa gambar dalam acara tersebut terlalu sama. Maksudnya adalah tidak terlalu banyak pergerakan yang dilakukan saat mengambil gambar.

Perbandingan dengan karya penulis:

Segala informasi akan disampaikan dari mulut si modifikator bukan pemilik bengkel. Beberapa keterangan yang bisa ditambahkan akan disertakan dalam video tersebut termasuk nominal yang harus disiapkan jika penonton tertarik dengan modifikasi sejenis. Penulis akan membuat program modifikasi bukan memperbaiki dan memodifikasi sebuah mobil seperti yang dilakukan oleh *Pimp My Ride*. Sekaligus penulis akan membuat program TV dengan durasi yang lebih panjang.

## 2. *Car S.O.S*

Link : <https://www.youtube.com/watch?v=XZBfRhA7OZw>

Cerita singkat: Mobil yang sudah terlanjur rusak biasanya akan didamkan saja oleh pemiliknya maupun dijual. Hal tersebut disebabkan oleh kerusakan yang bisa terbilang cukup parah sehingga pemilik malas untuk memperbaikinya. Program ini hadir untuk membenahi kembali mobil yang sudah terlanjur rusak tersebut menjadi baik kembali dan bahkan lebih keren dari awalnya.

Acara ini menggambarkan bahwa mobil yang sudah rusak fatal juga masih bisa dibenahi asal ditangani oleh para profesional. Proses dan jenis perbaikan serta modifikasi peningkatan dijelaskan dengan detail dari awal mobil itu rusak hingga menjadi mobil yang keren lagi.

Kelebihan:

Sejarah yang ditampilkan dari mobil tersebut tidak main-main. Beberapa penghargaan yang sempat diraih oleh kendaraan bahkan ditampilkan dalam visual program tersebut. Kerusakan digambarkan dengan detail yang baik seperti menunjuk kerusakan dan mengambil gambar detail dari kerusakan tersebut. acara ini juga menjelaskan dengan baik bahan apa saja yang digunakan untuk memperbaiki mobil yang sudah rusak itu. Sehingga, penonton yang tertarik untuk memperbaiki mobilnya juga dapat mengetahui bahan-bahan yang digunakan.

Alur cerita dibuat dengan baik, dan terkadang dibumbui dengan *gimmick* dari para pembawa acaranya. *Gimmick* tersebut sangat membantu acara ini untuk membangun suasana penonton. Baik dengan konflik yang terjadi saat memperbaiki mobil, cerita dari sang pemilik mobil, maupun ekspresi bahagia dan haru dari pemilik mobil saat mobilnya sudah selesai diperbaiki. Car S.O.S juga menampilkan sedikit cuplikan untuk segmen sebelumnya dan selanjutnya.

Dengan adanya cuplikan segmen sebelumnya, penonton yang belum menonton segmen sebelumnya jadi tidak tertinggal. Lalu cuplikan segmen selanjutnya disematkan di akhir segmen agar penonton penasaran dengan segmen selanjutnya dan tetap setia pada acara tersebut, tidak bergantu stasiun TV.

Kekurangan:

Acara dibawakan oleh pembawa acara yang cukup membosankan. Terdapat beberapa penjelasan yang terlalu membingungkan tanpa ada penjelasan dengan gambar atau grafik tambahan. Misalnya saat menyebutkan kerusakan pada *bumper*, gambar akan fokus pada *bumper* yang lecet.

Perbandingan:

Acara yang akan penulis buat dibuat dalam 5 segmen dan tidak membatasi pada sebuah mobil yang dimodifikasi sepanjang program yang bisa mencapai 40 hingga 60 menit. Penggunaan *host* juga akan dipilih lebih ketat, berdasarkan pada pengertiannya kepada otomotif dan sejenis.

Durasi dari penjelasan yang membosankan akan dibatasi dan digantikan *insert* gambar yang bisa mewakili. Misalkan saat membicarakan kaki-kaki kendaraan, penulis berusaha memberikan *insert* gambar kaki-kaki dengan *footages* maupun gambar dari sumber jelas.

### 3. *Black Auto Battle 2017* Ajang Modifikasi Pecinta Mobil - Garage Life

Link : <https://www.youtube.com/watch?v=BJEd8lw7JCs>

Cerita singkat: Garage life ini merupakan salah satu program dari NET TV yang membahas tentang motor dan mobil dan ditayangkan di YouTube. Durasi dari program ini hanya antara 7-17 menit saja. Dijelaskan dengan cukup baik, presenter bercerita seakan dia mengikuti acara dari awal hingga akhir. Yang dijelaskan tidak main-main sampai kepada jenis mobil, tinggi *horsepower*nya dan masih banyak lagi.

Dilengkapi dengan *gimmick* sebagai tambahan seperti dia bermain laptop, melihat kompetisi tersebut dan akhirnya berangkat ke sana, mungkin pembawa acara ingin membawa acara dengan *story telling* dalam videonya. Ditambah dengan wawancara dengan beberapa modifikator bisa memberikan warna yang menarik

untuk sebuah acara penulis, bisa dipelajari sebagai bahan kembangan dalam proyek penulis.

Kelebihan:

Kelebihan dari karya ini, jelas, ini cukup komplit. Gambar-gambar yang diambil cukup menarik karena didukung oleh visual yang bagus untuk diambil. Penjelasan yang digunakan oleh host pada episode ini juga cukup lengkap.

*Bumper* yang digunakan cukup singkat dan tepat sasaran, tetapi cukup untuk menggambarkan acara tersebut. *Bumper* sudah menggambarkan sesuatu yang tangguh dan sangat laki-laki. Teknik *story telling* yang digunakan dalam episode ini cukup menarik karena berbeda dari yang lain.

Kekurangan:

Penggunaan *gimmick* dalam video ini kurang halus, pesan promosi dan juga ekpresi yang berlebihan kurang enak dilihat. Ada beberapa *scene* yang terlihat memaksakan. Beberapa tindakan yang kelihatannya ingin mengajak penonton untuk berinteraksi dalam video ini agak kurang bisa diterima jadi kesannya membingungkan dan ganjal.

Ada hal yang tidak diceritakan malah personal pemilik kendaraan dan juga detail lain biaya dan masih banyak lagi. Dalam artian sepanjang episode ini tidak disertakan wawancara dengan pemilik mobil maupun yang menggelar acara, sehingga kurang lengkap. Karena acara ini memiliki durasi yang cukup pendek, maka informasi yang disediakan juga kurang lengkap dan tidak *cover both side*.

Perbandingan:

Jika dibandingkan dengan karya penulis, pastinya penulis bisa belajar mengenai alur yang baik dalam cerita ini. Tapi memperbaiki bagian *gimmick* yang dirasa kurang perlu dan dapat menggantinya dengan beberapa *beauty shoot* yang lebih bisa dinikmati. Kalau dilihat lagi lebih lama malah keberadaan *host* disini memakan posisi pemilik dan membuat tidak ada ruang untuk bicara bagi modifikator.

Yang pasti akan terhindarkan dalam TV Program yang akan kami buat kedepannya. Penulis juga membuat program dengan durasi lebih lama, yaitu 40-60 menit, sehingga penulis lebih dapat memberikan informasi yang lebih lengkap. Penulis juga akan menambahkan cuplikan-cuplikan dari sebelum dan sesudah segmen tertentu setelah *bumper*.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Manajemen Produksi.**

Dalam pembuatan sebuah program TV, sebaiknya lebih dulu mengetahui pengertian dari manajemen sendiri. Manajemen dari televisi sudah ada sejak lama dari Bahasa Prancis yang diartikan sebagai “mengendalikan”. Dengan arti setiap orang yang mendapatkan wewenang sebagai seorang manager, diwajibkan dan punya wewenang penuh terhadap proses pengarahan sebuah program. Dalam dalak hakikat pengertiannya, manajemen dapat dibagikan dalam 3 pengertian (Mabruri, 2013):

- a. Manajemen sebagai suatu proses.

Disini manajemen dibagikan dalam beberapa tahap, dari sana dapat terlihat bahwa tahap-tahap tersebut membawa manajer untuk sampai kepada *goals* yang diharapkan.

- b. Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen.

Manajemen sebagai sebuah rangkaian pasti yang kehadirannya dipastikan tetap ada sebagaimana takarannya dibutuhkan pada sebuah produksi.

- c. Manajemen sebagai suatu seni (*art*) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (*science*).

Manajemen dianggap sebagai liturgi yang sudah ada dan semestinya ada dalam sebuah program. Dibutuhkan dengan pengertian bahwa hal ini ada karena diketahui telah ada sejak dulu.

Manajemen sebagaimana pengertiannya adalah langkah yang bisa ditempuh dalam penyelesaian sebuah rencana, bisa diartikan juga dalam ranah yang luas dan spesifik mulai dari perencanaan, eksekusi hingga tahap penyelesaian dalam pencapaian "*goals*".

### **2.2.2 Langkah Manajemen Produksi.**

Dalam manajemen tentunya pengertian saja tidak cukup. Ada langkah yang harus dicapai dalam penyelesaian sebuah manajemen produk. Seperti pengertiannya produk tidak jadi begitu saja tanpa tahap dan produksi

yang diatur sedemikian rupa. Begitu juga persepsi dan pengertian dari langkah dalam manajemen produksi. Adanya kesepakatan dan tujuan untuk mewujudkan sebuah produk dengan tujuan tertentu tentunya memiliki langkah-langkah yang harus disepakati. Di bawah adalah 8 langkah dalam manajemen produksi (Marbruri,2018):

a. Merancang atau mendesain produk

Sebelum dari membuat sebuah program, tentunya sama seperti membuat sebuah produk konsumsi. Penulis harus mengerti dulu produk apa yang akan dibuat, bagaimana produk tersebut berbentuk, bagaimana kemasannya, sampai kepada produk tersebut akan dikirimkan kepada siapa dan targetnya dalam pasar yang seperti apa saja.

b. Merancang proses pembuatan atau produksi

Menyusun sedemikian rupa sebuah program dalam proses pembuatannya. Misalkan program tersebut akan dibuat kapan dan dimana. Lokasi yang diperlukan seperti apa, meskipun setiap tim produksi akan memiliki tim *surve*, pembuat program juga harus tau apakah perizinan tersebut sudah tersampaikan dengan baik. Jika dibutuhkan beberapa syarat dalam perizinan tersebut pembuat program harus tahu dan ikut serta dalam pembuatan izin.

c. Merancang material

Merancang material seperti halnya memenuhi isian *puzzle* yang hilang, melihat kembali kekurangan dari struktur terencana yang dibutuhkan dan mencari potongan tersebut sehingga materi yang dibutuhkan komplit.

Sebagai contoh kurangnya property, kurangnya durasi tempat *shooting* yang lebih memadai.

d. Menjadwalkan proses pembuatan atau produksi

Jadwal dalam proses produksi tentunya juga penting. Selain memaksimalkan proses produksi tersebut, penjadwalan bisa membuat waktu produksi lebih efisien. Manajemen dalam waktu juga bisa memastikan semua *crew* yang memiliki tugas pada saat itu punya waktu luang yang sama dan proses produksi akan semakin lancar.

e. Membagi pekerjaan

Tentunya banyak sekali bagian dari produksi yang kita tahu. Dari semua bagian tersebut pada dasarnya harus dibagikan dengan baik supaya setiap orang punya porsi yang sama pada saat produksi tiba. Meskipun pada kenyataannya tidak akan serapih itu, proses ini tetaplah bagian yang penting. Bisa saja produser merangkap menjadi *cameramen* bahkan *editor* tergantung dari kebutuhan di tempat *shooting*.

f. Menyerahkan pekerjaan

Selesai dari produksi tersebut, akhirnya *file-file* tadi akan diberikan kepada orang yang berwenang, editor. Dalam proses tersebut, editor bahkan akan membagi lagi, pekerjaan kepada yang membuat *teaser*, yang membuat program seutuhnya dan episode lainnya. Tergantung dari seberapa banyak tenaga yang diperlukan dalam produksi tersebut.

g. Melacak kemajuan

Seorang manajer juga harus mampu selain membuat waktu produksi tertata dengan baik, manajer juga diharapkan bisa memantau produksi tersebut.

Misalkan dalam *shooting* harus ada penambahan yang signifikan antara hari pertama dan hari kedua.

#### h. Merevisi rancangan

Sebuah program yang sudah jadi tentunya harus lebih dulu dipantau. Dipantau dengan tujuan ada bagian-bagian yang semisal harusnya ada *off record* tidak tersampaikan. Atau untuk menemukan kekurangan dalam video dan memasukkansaran dalam produksi akhir video. Sehingga produknya nanti akan lebih maksimal.

### **2.2.3 Tiga Tahapan Produksi.**

Beberapa hal dalam proses pembuatan sebuah program, sebaiknya dibuat dengan landasan yang kuat. Landasan tersebut biasa dibagi menjadi tiga landasan. Landasan ini mewakili pembukaan isi sampai penutupan dari sebuah pembuatan program. Landasan tersebut disebut sebagai pra produksi, produksi serta pasca produksi (Mabruri, 2013).

#### a. Tahapan pra produksi

Dalam tahapan ini, setiap produser diwajibkan untuk mengetahui apa yang hendak diciptakan. Beberapa langkah dalam penentuan ide, penulisan naskah, pembentukan tim yang bertugas, membuat konten, biata, serta keperluan asministratif lainnya bisa direncanakan dalam tahapan pra produksi. Biasanya dalam tahap ini, produser dan juga tim surve lah yang akan lebih mayor dalam menyampaikan pendapat, masukan, gagasan karena memiliki kerangka awal perencanaan. Tim

survei dan *crew* masih banyak lagi yang harus ditentukan tiap divisinya, akan tetapi dalam beberapa produksi, ada tahap maupun pembagian *crew* yang tidak diperlukan. Hal tersebut bisa terjadi misalkan seorang pencari lokasi punya pengalaman dalam mencari *talent* dan siap untuk menggantikan posisi tersebut.

b. Tahapan Produksi

Dalam tahapan produksi, segala hal bisa menjadi pertimbangan. Masukan dan saran bisa datang dari mana saja. Setiap *crew* harus mampu menerima dan memberikan masukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biasanya, tahapan produksi dimulai dengan gladi kotor dan gladi bersih, selain itu tim survei lokasi akan bekerja sama dengan sutradara untuk melihat hasil *hunting* lokasi yang diharapkan sesuai dengan ekspektasi yang ditentukan. Dan sampai ke tahap *shooting*, semua bekerja sesuai dengan tugas yang sudah diemban. Hasilnya, sesegera mungkin dimasukkan ke dalam *editing library* sehingga data dari hasil *shooting* lebih aman.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan bagian paling akhir dari ketiga tahapan tersebut. Disini peran *editor* merupakan yang paling banyak. *Editor* harus mengambil data yang sudah ditampung yang kemudian harus dipelajari, melakukan *editing* kasar, membuatnya menjadi *editing* halus,

menyusun narasi, dan banyak penambahan lain misalkan dengan memperkuat video menggunakan *dubbing* atau *voice over*.

#### **2.2.4 Crew dalam Produksi Program TV.**

Dalam pembuatan program TV, setiap tim perlu membentuk tim dengan proporsi yang tepat. Proporsi yang tepat adalah dengan menempatkan orang yang tepat dalam pekerjaan yang tepat. Pemilihan *crew* yang tepat bisa mempermudah produksi berlangsung

##### **a. Produser/ *executive producer***

Produser adalah orang yang mampu memimpin sebuah tim dalam melakukan sebuah bentuk produksi. Adanya produser bukan sebagai pembiaya dari produksi tersebut, melainkan seorang produser harus bisa membuat ide yang telah disepakati bersama sebelumnya menjadi ide yang dapat memuaskan pihak-pihak tadi alias masih sejalan. Seorang produser juga yang dapat menentukan masa depan program tersebut, serta memastikan timnya untuk tidak keluar jalur dan kaidah yang semestinya, misal dasar-dasar jurnalistik.

##### **b. *Cameramen***

*Cameramen* merupakan orang yang bertanggung jawab penuh dalam pembuatan *frame* demi *frame* dalam pembuatan sebuah produksi. Semua kekurangan dan juga gambar-gambar menjadi tanggung jawab *cameramen*. Gambar yang dihasilkan nantinya diharapkan bisa

digunakan untuk memnuhi *script* yang telah dulu disepakati dalam pra produksi.

c. Editor

Editor merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan naskah yang ada. Naskah tadi menjadi landasan bagi editor untuk menyusun program yang hendak dikerjakan. Tanpa *script*, sehebat apapun editor berkarya, tanpa cerita dan alur yang jelas, karya tersebut tidak akan memiliki makna. Kekurangan yang terjadi setelah tahap *shooting* bisa ditambahkan dikemudian hari berdasarkan arahan dari editor. Kekurangan bisa berupa gambar, suara, dan kesalahan lain yang memungkinkan saat *shooting* terjadi. Pada dasarnya, editor meracik kembali apa yang sudah diambil oleh *cameramen*. Setelahnya editor harus menstandarkan hasilnya sedekat mungkin dengan ekspektasi dan tentunya mengindahkan kaidah 5W dan 1H.

d. Reporter/ *News Anchor*

Adalah orang yang bertugas dalam menyampaikan apa yang sedang terjadi. Bisaanya, reporter akan pergi bersama dengan *cameramen* dan bisa juga produser. Reporter bertanggung jawab terhadap konten dari berita maupun siaran yang dibuat pada hari tersebut. Tanggung jawab itu dipertanggung jawabkan kepada produser, yang nantinya produser bertanggung jawab terhadap atasan dan khalayak. Selain melaporkan

kejadian, reporter juga memastikan konten tersebut cukup berbobot dan sekali lagi memenuhi kaidah jurnalistik serta 5W dan 1H.

e. Manajer produksi

Orang ini secara mudah merupakan tangan kanan dari seorang produser. Seperti tugas produser, manajer produksi juga bertanggung jawab terhadap segala bentuk dari produksi sampai ke mata dan telinga penonton. Membuat *checklist* hal-hal yang sudah dilakukan dan juga yang belum. Tidak lupa juga menjadi bendahara dalam proses *shooting* mengenai uang yang masuk dan keluar. Pengetahuan dari manajer produksi juga harus banyak, karena manajer produksi harus memiliki standar dalam program yang akan dibuat nantinya.

f. *Audiomen*

Merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap masalah suara saat *shooting*. *Audiomen* memiliki tanggung jawab dalam segala jenis suara yang terjadi saat *shooting* dimulai. *Audiomen* biasa punya tanggung jawab untuk mendengarkan *clip on* apakah ada gangguan dari luar atau tidak. Bisa juga menentukan bagian yang pas untuk melakukan *shooting* sehingga hasil produksi memiliki suara yang lebih jernih.

g. *Art director*

*Art director* membuat gambar dalam kamera seakan menjadi lebih indah. dalam program drama, biasanya *art director* menentukan set yang harus digunakan sehingga lebih menarik. Biasanya properti yang

digunakan dalam setiap *frame* saat *shooting* juga menjadi tanggung jawab *art director*. Akan tetapi dalam news, *art director* tersebut punya tugas sebagai kru pelengkap menata kebutuhan orang yang akan *stand up* dalam *frame* sehingga terlihat lebih baik. Biasanya dipercayakan untuk memiihkan *wardrobe*, *makeup*, dan lainnya.

### **2.2.5 Pemilihan *Host*.**

*Host* dipilih menggunakan pengalaman. Itu yang sering dikatakan oleh beberapa produser. Akan tetapi *host* seharusnya adalah orang yang bisa menempatkan diri sebagai tuan rumah. Tuan rumah adalah keadaan dimana *host* dengan mudah tanpa canggung bertanya dari a ke z kepada narasumber untuk mendapatkan data. Karakter *host* juga dianggap penting dan menjadi daya tarik sebuah acara, jika sebuah acara memiliki *host* dengan cara pembawaan yang membosankan, acara tersebut akan seperti itu pula. Oleh karena itu, setiap produser diharapkan untuk lebih selektif (Mabruri, 2018).

Beberapa contoh seperti tukul arwana dan feni rose bisamenjadi contoh *host* yang memiliki karakter. Sehingga seburuk apapun program tersebut setidaknya masih bisa dibantu dengan keberadaan *host* tersebut. Beberapa acara sekarang semakin pintar, *host* yang dipilih adalah orang-orang yang sudah lebih dulu terkenal dan jelas punya karakter. Ada dua keuntungan dari menggunakan *host* seperti itu, yang pertama untuk *rating* dan juga pemanfaatan popularitas orang tersebut (Mabruri, 2018).

### 2.2.6 *Angle* dalam Pengambilan Gambar.

Dalam pembuatan sebuah gambar, *angle* dari kamera dirasa penting. *Angle* bisa menunjukkan arti dari gambar tersebut bukan sekedar variasi. Ada banyak jenis *angle* dalam pengambilan gambar, beberapa di antaranya adalah (Latief & Utud, 2015):

#### a. *Bird Eye View*

*Angle* ini digunakan untuk menggambarkan wilayah dalam melakukan *shooting* secara lebih luas dari sudut pandang atas. Sudut pandang atas yang dimaksudkan semudah seperti sebuah burung melihat dari ketinggian karena itu disebut sebagai *bird eye view*. Pengambilan gambar ini biasa digunakan untuk memberikan gambar *landmark*, kota, rumah, jalan. Dulu, pengambilan *bird eye view* harus menggunakan yang disebut *hellicam*. Dengan kemajuan teknologi, *hellicam* diringkas menjadi sebuah alat modern yang disebut dengan *drone*.

Gambar 2.1 Contoh Gambar *Bird Eye View*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 2.1 menjelaskan contoh dari *Bird Eye View*, dimana penulis berusaha untuk mengambil gambar tulisan *landmark* Makassar dari sebuah pantai ternama disana. Gambar tersebut biasa digunakan pada awal video atau program yang hendak dibuat, dengan tujuan menjelaskan dimana penulis sedang melakukan proses *shooting*. Tapi semakin berkembangnya waktu, *bird eye view* sendiri suka mulai digunakan dalam bagian utama adegan. Adegan tersebut biasanya merupakan adegan yang sulit untuk dijangkau oleh manusia normal.

b. *Frog Eye*

Pengambilan gambar dilakukan dari bagian yang paling rendah, misal pada bidang yang diduduki atau dipijaki oleh objek. Penggunaan gambar ini dengan tujuan keunikan dari sebuah gambar. Seperti pada gambar 2.2, gambar ini memberikan kesan lebih dekat dari objek yang biasanya berada dipermukaan. Sebagai contoh sepatu, sampah, roda ban, dan masih banyak lagi yang jika diambil dengan *angle* lain kurang cocok.

Gambar 2.2 Contoh dari gambar *frog eye*



Sumber: Dokumentasi Penulis

### c. *Straight Angle*

*Angle* ini punya tujuan untuk mengambil gambar yang normal. Normal disini maksudnya gambar yang dihasilkan sama dengan saat kita memandang lurus kedepan. Pengambilan gambar ini biasanya diambil dengan kamera setinggi dada, dan biasa didominasi penggunaanya dalam *reporting*. Dalam beberapa kasus, *angle* ini adalah pengambilan gambar yang paling pertama dicontohkan. Memberikan kesan penonton berada di lokasi tersebut, adalah tujuan dari penggunaan pengambilan gambar ini. Penonton bisa merasa lebih nyaman dan seakan berinteraksi dengan penonton tersebut.

Gambar 2.3 Contoh gambar *Straight Angle*



Sumber: Dokumentasi Penulis

d. *Low Angle*

Pengambilan gambar jenis ini punya tujuan yang lebih signifikan. Pengambilan gambar jenis ini bisa menampilkan kesan megah, mewah dan gagah. Tergantung dari objek apa yang dikneksikan dengan pengambilan gambar ini. Pengambilan gambar ini bisa menunjukkan bahwa posisi objek lebih besar dibandingkan dengan objek lainnya.

Gambar 2.4 Contoh gambar *low angle*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Selain banyak fungsi tadi, *low angle* bisa digunakan untuk memfokuskan objek, sehingga mata penonton tidak terganggu dengan objek lain. Gambar 2.4 menjelaskan pentingnya penggunaan *low angle* dengan tujuan tertentu, biasa digunakan pada objek yang adalah sosok dan bukan benda, sehingga terlihat lebih hidup dan nyata.

e. *High angle*

Pengambilan gambar ini menjelaskan bahwa objek adalah sesuatu yang kecil. Kecil di sini bisa berarti lemah, tidak punya kuasa dan terpojokkan. Biasanya digunakan dalam *scene* kalah dan ditinggalkan.

f. *Close up*

Gambar diambil dari jarak yang dekat, biasa digunakan untuk menggambarkan ekspresi sang model. Ekspresi marah, senang, bahagia juga bisa diwakilkan.

g. *Big Close Up*

Digunakan untuk menampilkan secara utuh wajah seseorang. Wajah ini nantinya bisa menggambarkan darimana dia berasal dan karakternya pada sebuah adegan.

h. *Extreme Close Up*

Digunakan untuk memperlihatkan detail bagian yang tertentu seperti mata, hidung dan banyak lainnya.

i. *Medium Close Up*

Pengambilan gambar dari atas kepala hingga dada, dalam pengambilan gambar ini ditunjukkan untuk memberikan penjelasan mengenai profil seseorang.

j. *Medium Shot*

Gambar diambil dari pinggul ke atas, dalam sehingga menampilkan seseorang secara utuh.

k. *Knee Shot*

Pengambilan gambar dilakukan dari lutut hingga ke atas kepala.

l. *Full Shot*

Pengambilan gambar dari kepala sampai ke ujung kaki secara utuh. Untuk memperlihatkan objek beserta dengan objek darimana dia berasal juga bisa disertakan.

m. *Longshot*

Digunakan untuk mengambil latar belakang tempat juga. Semisalkan berada di pasar, di rumah sakit, dan masih banyak lagi.

n. *One Shot*

Pengambilan gambar dengan satu orang di dalam *frame*.

o. *Two Shot*

Pengambilan gambar dengan dua objek di dalam sebuah *frame* yang disiapkan.

p. *Three Shot*

Pengambilan gambar dengan tiga orang di dalam *frame* gambar tersebut, dan ketiganya punya *space* masing-masing.

q. *Group shot*

Pengambilan gambar lebih dari tiga orang biasanya ditunjukkan saat beberapa orang berkumpul dan mengerjakan sesuatu ditambah dengan latar yang jelas.

### **2.2.7 Teknik Pergerakan Kamera.**

Untuk menciptakan gambar yang bervariasi dalam sebuah video, terdapat beberapa teknik untuk menggerakkan kamera. Contohnya adalah sebagai berikut (Latief & Utud, 2015):

a. *Zoom In / Zoom Out*

Penggunaan cara ini adalah untuk memberikan posisi kamera yang sedang diam dan mendekatkan objek agar lebih dekat atau menjauhkan objek yang dirasa terlalu dekat.

b. *Panning*

Pergerakan dari kiri ke kanan, bisa dilakukan sebaliknya untuk mengamarkan gambar yang bergerak. Di sini penulis bisa mengikuti objek yang sedang berjalan.

c. *Following Pan*

Mengambil fokus pada objek yang bergerak tetapi objek tersebut tetap menjadi fokus dalam *frame* meski dilakukan zooming dan zoom out dalam beberapa kesempatan.

d. *Interracted Pan*

Gerakan ke kanan atau kiri secara halus, dimana mempertemukan objek yang awalnya berpisah untuk mempersatukannya.

e. *Whipe/ Flash Pan*

Pergerakan cepat sampai objek dan detil menjadi sangat tidak tajam bila disaksikan dengan mata.

f. *Tilting*

Mengerakkan kamera dengan cara vertikal dan tidak mengubah posisi awal dari kamera tersebut

g. *Establish Shot*

Gambar diambil dari jarak jauh, sehingga dapat menjelaskan dimana lokasi dari pengambilan gambar tersebut.

### **2.2.8 Penggunaan Suara.**

Musik, suara, dan suara dari sekitar digunakan untuk menghibur dan menggerakkan emosi kita dari sebuah adegan. Dengan kata lain, suara punya peran penting dalam menyumbang separuh lebih ketegangan, kesedihan maupun kesenangan dalam pengemasan sebuah program (Breslin, 2011).

Kombinasi dari gambar dan suara bertujuan jelas dan dapat dengan tujuan menggambarkan kejadian. Bisa jadi, dalam beberapa adegan, gambar

dan suara yang pas tepat sasaran maupun sangat *iconic* dan tidak mudah dilupakan orang (Breslin, 2011).

Dengan suara dan gambar, kita bisa mendegarkan apa yang sebenarnya sedang kita saksikan. Dilain juga, penggunaan suara yang buruk bisa menjauhkan kita dari ekspektasi apa yang sedang kita lihat (Breslin, 2011).

Jika dimengerti lebih dalam, kombinasi suara dan gambar bisa menghasilkan lebih dari a dan b yang berarti ab. Dalam penggunaan suara dan gambar bisa juga terselipkan pesan yang tidak semua orang ketahui, seperti halnya film-film mitologi kuno (Breslin, 2011).

Keterhubungan dari gambar dan suara bisa ada dalam beberapa cara, yaitu:

a. *Synchronous Sound*

Suara yang digunakan *match* terhadap gambar yang sudah disediakan. Sehingga penonton tidak perlu *effort* lebih untuk menonton. Sebagai contoh jika gambar pintu ditutup, maka penonton juga akan mendengar sebuah pintu tertutup (Breslin, 2011).

b. *Nonsynchronous Sound*

Adalah suara apapun yang tidak direkam bersamaan dengan gambar tersebut akan tetapi tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan. Bisa berupa musik, narasi, dialog, dan *sound effect*. Contohnya di dalam rumah makan, saat adegan 2 orang sedang makan, tetapi suara yang kita dengar

ada suara orang meneriakkan pesanan, menggunakan alat makan, atau keributan (Breslin, 2011).

### **2.2.9 Penggunaan Iklan dalam Program TV.**

Menurut Russel H. Colley dari bukunya yang berjudul DAGMAR, bahwa tujuan komunikasi dalam sebuah periklanan adalah sebagai berikut (Latief & Ubud, 2015):

#### **1. Iklan Informasi**

Iklan secara garis besar memberikan info mengenai sebuah produk. Iklan ini menjelaskan mengenai produk tersebut secara lebih spesifik. Misalnya dalam contoh iklan AC, iklan tersebut akan menjelaskan berapa daya dari AC tersebut, jumlah listrik yang akan dihabiskan dan masih banyak lagi. Iklan ini sekadar memberikan penjelasan dari produk yang dipromosikan.

#### **2. Iklan Persuasi**

Iklan ini menjelaskan mengenai produk, tapi tidak sampai sana saja. Iklan ini menjelaskan mengenai produknya, menonjolkan banyak kelebihannya dan bisa sampai ke tahap membandingkannya dengan kompetitornya. Iklan ini berusaha untuk mengajak dan membujuk penonton untuk membeli produk tersebut dengan menawarkan segala kelebihannya.

### 3. Iklan Pengingat

Biasanya teknik tersebut dilakukan untuk sekedar mengingatkan eksistensi dari sebuah produk. Dengan harapan kedepannya konsumen tidak melupakan produk tersebut. Jika bentuknya makanan, diharapkan konsumen terus mengkonsumsinya. Jika barang membangun kepercayaan bahwa *brand* tetap bertahan menjadi salah satu tujuan utamanya.

#### **2.2.10 Segmentasi Penonton.**

Menurut Fachruddin pembagian dari segmentasi penonton atau pasar merupakan pembagian yang spesifik. Pembagian tersebut dibagi kepada beberapa kategori seperti umur, jenis kelamin, status ekonomi penonton dan masih banyak lagi (Munanjar, Haikal, Lukman, Septian & Ichsan, 2018).

##### a. Umur

Biasanya audien dibagi menjadi pembagian umur dengan mudahnya anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Pembagian tersebut tidak cukup spesifik menurut Nielsen dan Nielsen membaginya lagi. Dengan jarak umur perkiraan 17-25. Dengan pembagian untuk orang-orang yang baru mendapatkan mobil dan mulai melakukan modifikasi.

##### b. Jenis Kelamin

Tidak semua program tv bisa dibagi berdasarkan jenis kelamin. Karena sifatnya yang sangat fleksibel, hanya beberapa yang dapat dibagikan

menjadi bagian wanita dan pria. Pria biasa menonton acara dengan tema *sport*, sedangkan wanita menonton acara jalan-jalan, memasak, dan masih banyak lagi. Populasi menonton terbanyak tetap dimenangi oleh wanita khususnya wanita rumah tangga. Menurut Neilsen angkanya mencapai 3 jam 45 menit jika dirata-ratakan.

#### c. Status Ekonomi

Status ekonomi seseorang juga menjadi pembagian dalam tahapan ini. Pendapatan seseorang tersebut dalam sebuah penayangan yang nantinya bisa membagi penonton berdasarkan kelasnya masing-masing.

- a. Kelas atas atas (A+)
- b. Kelas atas bagian bawah (A),
- c. Kelas menengah atas (B+)
- d. Kelas menengah bawah (B)
- e. Kelas bawah bagian atas (C+)
- f. Kelas bawah bagian bawah (C)

kelas-kelas tersebut menjadi pembagian berdasarkan status ekonomi. Sebagai contoh orang dengan ekonomi kelas atas atas menyukai program yang berbau kemewahan, sedangkan kelas bawah bagian bawah biasa menyukai acara-acara *reality show*.

### **2.2.11 Menghitung Biaya Produksi.**

Untuk menghitung pengeluaran dalam pra produksi, produksi, maupun pasca produksi, sebaiknya selalu mematok pada harga maksimal. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi kekurangan biaya dalam proses produksi. Untuk itu, yang termasuk dalam biaya dalam pembuatan sebuah karya visual adalah sebagai berikut (Mabruri, 2013):

- a. Rancangan biaya kelengkapan administrasi, seperti print out naskah, persuratan, pulsa, dan lain-lain.
- b. Rancangan biaya kru dan pemain.
- c. Rancangan biaya peralatan syuting.
- d. Rancangan biaya logistik.
- e. Rancangan biaya untuk editing karya tersebut.
- f. Rancangan biaya promosi dan marketing.

#### ***2.2.12 Solutions Journalism Network.***

Teori ini menjelaskan bahwa tidak sekedar meningkatkan *sense* dalam sebuah permasalahan. Jurnalisme juga harus memberikan solusi di balik permasalahan yang mengakar. (Tjiadarma, 2015)

Jurnalisme yang dimaksudkan ini tidak sekedar memberikan berita beupa isu yang tersebar di masyarakat, misalkan kemiskinan, politik, pendidikan, melainkan juga memberikan solusi dibalik sebuah pemberitaan tersebut. (Tjiadarma, 2015).

Kualifikasi dalam pembuatan jurnalisme tersebut adalah (Tjiadarma, 2015):

- a. mengidentifikasi masalah dan gagasan yang berpotensi menjadi solusi dalam sebuah permasalahan
- b, mengartikulasi solusi tersebut jika pada saatnya solusi dapat dipergunakan sebagaimana adanya.

### **2.2.13 Membuat *Script*.**

Penyusunan naskah dilakukan dengan menuliskan keseluruhan informasi yang akan digunakan. Menulis sebuah naskah harus lengkap dan jelas. Setelah itu, baru akan ditentukan gaya bahasa dan struktur yang menjadi daya tarik jika karya tersebut diproduksi (Mabruri, 2013).

Pada dasarnya, baik konsep naskah feature maupun documenter adalah sama, yaitu yang terbagi dalam 5 tahap (Mabruri, 2013):

1. Ide
2. *Treatment* atau *storyline*
3. Naskah syuting atau skenario
4. Naskah editing
5. Naskah narasi

Ide merupakan pokok dari sebuah karya seni, konsep struktur, dan batasan dari keseluruhan cerita. *Storyline* sendiri merupakan sketsa yang memberikan gambaran pendekatan dan keseluruhan isi cerita. *Storyline* ini

pasti diperlukan bagi pembuat karya (*feature* atau dokumenter) meskipun tidak ada aturan baku mengenai gaya *storyline/treatment* (Mabruri, 2013).

Naskah syuting atau skenario juga sering disebut sebagai *shooting script*. Penting untuk mengetahui gambaran pasti dan jelas sebagai *master plan*. Deskripsi mengenai audio visual dalam skenario akan menjadi panduan bagi sutradara dan juru kamera untuk menentukan visualisasi, susunan *shot*, adegan, dan sekuens. Naskah syuting juga memberi kejelasan pada seluruh kru untuk dikerjakan masing-masing divisi (Mabruri, 2013).

Naskah editing atau *editing script* menentukan struktur cerita. Meskipun tidak terlalu berbeda dengan *shooting script*, isinya mungkin berbeda. Seperti misalnya dalam hal konstruksi shot, adegan, dan sekuens. Yang terakhir, naskah narasi lebih membahas mengenai susunan penulisan narasi yang akan dibacakan sebagai *voice over* (VO) oleh narator (Mabruri, 2013).

#### **2.2.14 Jenis-Jenis Program.**

JB Wahyudi membagi jenis-jenis program televisi ke dalam 2 kategori, yakni (Mabruri, 2013):

a) Berita Terkini (*Straight News*)

1) Berita langsung untuk berita kuat (*hard/spot/soft news*)

Berita kategori ini adalah berita yang berupa rangkaian fakta dan atau pendapat yang hanya mengandung inti-inti 5W+1H. Uraianya dimulai dari yang terpenting sampai yang kurang

penting. Cara menyajikan berita langsung dapat dilakukan dengan cara *breaknews* maupun *superimposed*. Namun sekarang, seluruh stasiun televisi cenderung menayangkan *breaking news* dalam bentuk *running text*.

## 2) Berita mendalam (Indepth news)

Berita jenis ini adalah berita yang mengandung fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita namun merefleksikannya dalam konteks permasalahan yang lebih luas. Fakta atau pendapat tersebut dilihat dari beberapa sudut pandang, sehingga bersifat multilinier.

Terdapat beberapa bentuk berita mendalam, antara lain:

- a. Berita komprehensif
- b. Berita interpretatif
- c. Berita Investigatif

Perbedaan antara ketiganya adalah bahwa pada berita komprehensif, fakta yang diuraikan diletakkan pada sistem sosial tertentu. Sedangkan pada berita interpretatif, fakta tidak ditempatkan pada sistem sosial tertentu. Jadi, berita komprehensif lebih bersifat objektif (penyajian berita tidak memihak), namun pada berita interpretatif lebih bersifat subjektif (penyajian berita yang bersifat memihak).

## b) Berita Berkala

Berita berkala mengandung fakta-fakta dan pendapat yang nilai beritanya kurang kuat, sehingga penyajian berita kepada khalayak tidak terikat pada waktu (*timeless*). Uraianya pun bersifat linier dan eksploratif. Berita berkala sendiri disusun dari yang kurang penting ke yang penting dengan penyusunan yang mengombinasikan fakta dan pendapat. Fakta dan pendapat dalam berita berkala bisa saja sudah terjadi sehingga nilai aktualitasnya berkurang, tetapi nilai menariknya masih ada.

Beberapa sajian yang termasuk dalam berita berkala adalah:

a. Laporan eksploratif

Uraian mengenai fakta dan atau pendapat yang diperoleh dengan cara menggali dari topik bahasan yang sudah ditentukan. Cara menggali informasi dapat dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan. Susunan laporan eksploratif dimulai dengan pembukaan, situasi atau kondisi yang ada, permasalahan yang ada, tujuan yang ingin dicapai, kesimpulan atau interpretasi, dan penutup.

b. Laporan khas (*feature*)

Laporan khas atau *feature* memiliki fakta yang khas dan unik. Seperti pemulung, pengemis, pengamen, dan lain-lain yang diuraikan secara terperinci. Cara penyajian naskah juga sederhana dengan adanya penekanan pada hal yang unik tersebut.

c. Cerita analisis

Beita analisis berisi fakta-fakta dan pendapat yang bersifat analisis. Dengan demikian, uraian dalam berita ini disusun setelah fakta dan

pendapat yang akan diuraikan dipilih menjadi fakta dan pendapat utama, dan mana fakta dan pendapat yang timbul akibat adanya fakta dan pendapat utama tersebut. Seringkali berita ini disajikan dengan cara berdialog dengan narasumber terkait dengan topik yang hangat dibicarakan publik.

d. Majalah udara

Magazine adalah gabungan dari fakta dan atau pendapat yang dirangkai dalam satu acara, atau gabungan dari beberapa feature. Konten dalam majalah udara ini ada yang homogen dan ada yang heterogen.

Perbedaan antara siaran berita dan majalah udara adalah:

- 1) Jika materi berita yang disajikan lebih banyak berita kuat dan sedikit *feature*, maka acara tersebut adalah siara berita.
- 2) Jika materi berita yang disajikan lebih banyak feature dari pada berita kuatnya, maka acara tersebut adalah majalah udara.

### **2.2.15 Durasi.**

Dalam menyiarkan sebuah program berita dalam televisi tentu tidak dapat menyiarkan sesuka hati. Dalam meyiarkannya, tentu dibatasi oleh waktu siar. Kalau durasi tayang berita selama 30 menit, maka tayangan beritanya hanya sekitar 24 menit (Baksin, 2013).

Sebagai contoh salah satu program internasional berjudul Pimp My Ride, telah menggunakan iklan sebanyak 2 kali dalam acaranya yang hanya kurang lebih 20-30 menit. Sehingga penulis berpendapat untuk acara yang berdurasi 30 menit, diperlukan 4-5 iklan dalam setiap episodenya. Dengan

tujuan pembagian tersebut dapat membagi program ke beberapa segmen yang berbeda, sehingga tidak membosankan jika ditonton.

#### **2.2.16 *Backsound.***

Musik adalah salah satu bagian dari *sound design* yang terkadang tidak disadari. Musik membentuk karakter, membuat perubahan suasana hati, menciptakan ketegangan, dan memberi tanda kepada penonton bahwa cerita dalam acara tersebut akan berakhir (Breslin, 2011).

Pada produksi program acara ini, penulis akan mengerjakan episode 1 dan 2 saja. Sedangkan episode 3 akan dikerjakan oleh rekan saya yang lain.