# 3. METODE PENCIPTAAN

## 3.1. Deskripsi Karya

Pada video iklan "Hari Pahlawan" yang bertujuan untuk disiarkan pada 10 November dan seterusnya bertujuan untuk mengiklankan Transjakarta itu sendiri dan sebagai bentuk penghormatan kepada para pekerja lapangan Transjakarta. Iklan ini bercerita mengenai dua orang pekerja Transjakarta dengan profesi yang berbeda namun bertujuan satu yaitu untuk melayani masyarakat tanpa pamrih meskipun pada kondisi pandemi *Covid-19* ini, dua orang ini adalah Pramudi (sebutan untuk pengemudi bus Transjakarta) (27) dan Petugas Layanan Halte (25). Video Iklan ini akan berdurasi satu menit hingga satu setengah menit.

Posisi penulis adalah sebagai sinematografer yang bertugas sebagai perancangan konsep sinematografi, konsep sinematografi itu sendiri adalah *Type Of Shot, Angle* dan komposisi pada kamera untuk meciptakan sifat heroik. Sriwulandari (2021) mengatakan bahwa heroik adalah sebuah sikap seperti kepekaan/kepedulian, keikhlasan, rasa cinta, pengorbanan, kesabaran, tanggung jawab, rasa persatuan, pantang menyerah, sigap, dll. (hlm. 2)

## 3.2. Konsep Karya

1) Konsep Penciptaan: Video iklan untuk menghormati para pahlawan Transjakarta
2) Konsep Bentuk: Live action
3) Konsep Penyajian Karya: pemilihan plot, visual, treatment.

## 3.3. Tahapan Kerja

Penulis dalam mengerjakan skripsi ini melewati beberapa tahapan kerja mulai dari *film form* sampai *film style*. Penulis memulainya dari perancangan dan pembuatan konsep sebagai pengumpulan ide bersama dengan sutradara kemudian mengikuti bimbingan dengan dosen pembimbing untuk menentukan judul, batasan masalah dan rumusan masalah.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Kemudian penulis melanjutkannya dengan mencari teori yang mendukung dengan skripsi penulis dengan video iklan "Hari Pahlawan" Transjakarta dan mengumpulkan teori tersebut. Penulis melanjutkan menggambar *storyboard* dengan persetujuan sutradara agar pihak Transjakarta mempunyai bayangan akan bagaimana *shot* dan *anglenya*, penulis juga memberikan refrensi visual saat rapat dengan Transjakarta. Untuk kebutuhan internal kelompok, penulis juga membuat *shotlist* untuk membantu saat produksi.. Berikut tahapan kerja penulis:

1) Perancangan Ide Heroik
2) Pembuatan *Storyboard* dan *Shotlist*
3) Observasi Halte
4) Proses Produksi (analisis)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA