5. ANALISIS

5.1. Perancangan Ide Heroik

Pada pertengahan Agustus 2021, sutradara mengadakan rapat kelompok untuk membicarakan ide yang akan kita berikan kepada Transjakarta untuk memeringati hari pahlawan 10 november 2021. Rapat kelompok ini diadakan secara daring melalui perangkat lunak *zoom*. Sutradara mengatakan bahwa menghindari ide video yang sudah ada di Transjakarta tahun lalu yaitu video wawancara.

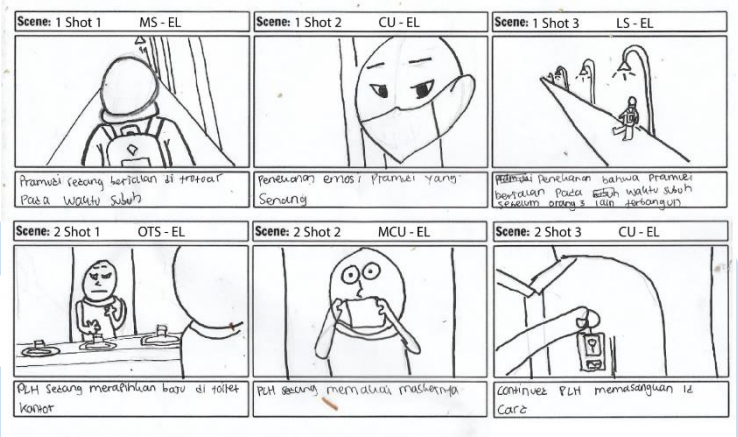
Karena iklan ini ditujukan untuk hari pahlawan maka sutradara mendapatkan ide untuk merancang ide heroic pada iklan ini, Heroik itu sendiri menurut Soedibyo (2015) mengatakan bahwa perilaku menolong orang lain dapat dikatakan sebagai sebuah aksi heroik karena konsep ini sejalan dengan pemikiran Franco dan Zimbardo (2008) mengenai salah satu dari empat konsep dimensi heroisme, yaitu sebagai sebuah reaksi yang terjadi begitu saja sebagai bentuk dari situasi yang sedang terjadi. (hlm 456).

Unsur-unsur yang menggambarkan heroic menurut Sriwulandari (2021) mengatakan bahwa heroisme mengandung banyak unsur yang membentuknya seperti kepekaan/kepedulian, keikhlasan, rasa cinta, pengorbanan, kesabaran, tanggung jawab, rasa persatuan, pantang menyerah, sigap, dll. Heroisme bukan hanya dilihat dari sifat seseorang tapi juga dapat dilihat dari situasi atau peristiwa yang dialami. (hlm 2). Ide heroic ini pun dijadikan sebuah skenario untuk panduan *director treatment* disemua divisi termasuk divisi penulis yaitu sinematografer.

5.2. Pembuatan Storyboard dan Shotlist

1) *Storyboard*

Setelah pengumpulan ide sutradara memberikan instruksi kepada penulis untuk dibuatkan *storyboard* terlebih dahulu untuk dipresentasikan kembali kepada Transjakarta agar pihak dari Transjakarta mengetahui visual dari video apa yang akan kita buat. Penulis mencari *template storyboard* dari internet dan mencetaknya agar ukuran bingkai penggambarannya sama dan berukuran 16:9.



Gambar 5. 1 *Storyboard*

(Sumber: Penulis, 2021)

2) *Shotlist*

Pada tahap ini setelah ide pembuatan video iklan sudah diterima oleh pihak Transjakarta, penulis melanjutkan pembuatan *shotlist* untuk panduan urutan pengambilan sinematografer dan panduan untuk pembuatan *crew call* yang akan diatur oleh asisten sutradara

SHOTLIST
"Tjerita Transjakarta"

PRODUCER : Rafi Ermawan
DIRECTOR : Faiz Hanief
DOP/SINEMATOGRAFER : Kevin Vieri Boyoh
ASST. DIRECTOR Paul Manurung

NO	SCENE	LOCATION	SHOT	SHOT TYPE	CAMERA ANGLE	CAMERA MOVEMENT	DESCRIPTION	NOTES
1	1	JPO SENAYAN	#1	LS	High Angle	Statis	Terlihat jalanan ibu kota yang dipadati oleh kendaraan menyebabkan sebagian orang memilih menaiki kendaraan umum	EPISODE 1
2	2	ZEBRA CROSS HALTE HI	#1	MLS	Eye Level	Follow	JODY (25) berjalan dengan tenang di trotoar jalan yang penuh dengan lalu lalang orang	
3			#2	FS	Eye Level	Statis	JODY berjalan di zebra cross dengan kemacetan Jakarta	
4			#3	MCU	Eye Level	Follow	Ekspresi JODY	
5	3	KORIDOR HALTE HI	#1	LS	Eye Level	Statis	Kerumunan orang berjalan melewati koridor, terlihat LANSIA DENGAN KURSI RODA (50) menuju halte	
6			#1	FS	Eye level	Statis	orang-orang masuk kedalam bus BRT yang sudah penuh,	

Gambar 5. 2 *Shotlist*

(Sumber: Penulis, 2021)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

5.3. Observasi Halte

Pada bagian ini setelah penulis dan kelompok mendapat penerimaan konsep dam ide, pihak Transjakarta memberikan rekomendasi halte yang akan dipakai. Pihak Transjakarta memberikan rekomendasi halte Pemuda Rawamangun didaerah Jakarta Timur pihak Transjakarta merekomendasikan halte tersebut karena halte tersebut sering dibuat untuk produksi video apapun karena memilki interior yang bagus dan sepi dari pelanggan sehingga pada pengerjaan video ini para pelanggan tidak terganggu.

Penulis selaku sinematografer melakukan observasi pada halte tersebut ditemani oleh produser, sebelumnya diberikan catatan dari pihak Transjakarta untuk meminimalisir anggota dan waktu dalam melakukan observasi ini karena keadaan pandemi ini, penulis melakukan sesi foto didalam halte dan jembatan penyebrangan orang yang sesuai dengan gambaran panduan dari *storyboard* serta keadaan cahaya pada halte tersebut.

Gambar 5. 3 Halte Busway Pemuda Rawamangun

(Sumber: Penulis, 2021)

5.4. Proses Produksi

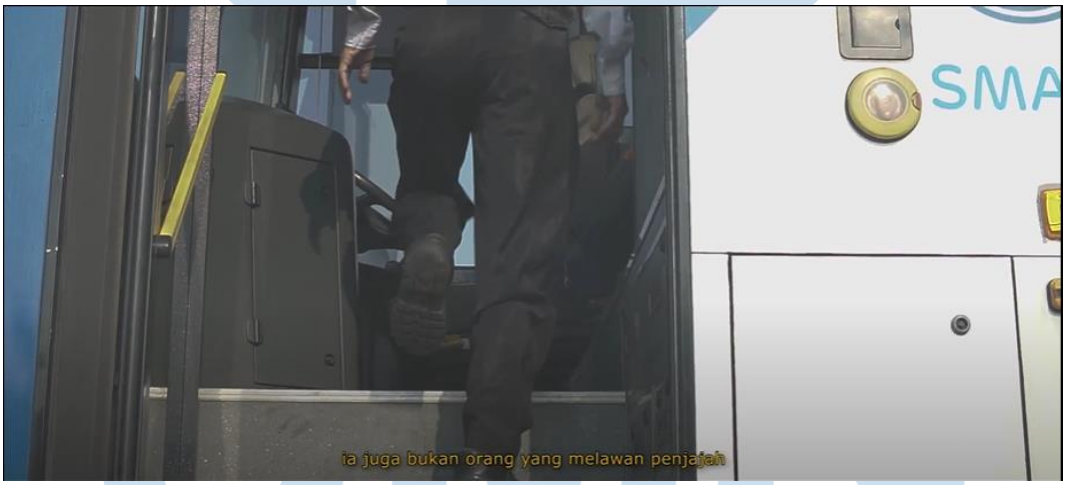
Pada proses ini penulis melihat jadwal pengambilan gambar pada *crew call* yang sudah dibuat oleh asisten sutradara, pengambilan gambar di hari pertama dimulai dari pagi pukul 04.00 WIB di BSD mengambil semua *shot* pada *scene* 1, kemuidan pada pukul 07.00 melanjutkan menghabiskan semua pengambilan gambar di lokasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

pool bus Transjakarta. Pada pukul 11.00 WIB penulis melanjutkan pengambilan gambar didalam bus terlebih dahulu yaitu *scene* 8 *shot* 1, *scene* 8 *shot* 2, *scene* 10 *shot* 1, *scene* 12 *shot* 1, dan scene 12 *shot* 2. Kemudian semua anggota pengambilan gambar istirahat di pukul 12.00 WIB dan melanjutkan pengambilan gambar di dalam halte pada pukul 12.30 WIB hingga pukul 17.00 WIB dimana pengambilan gambar hari pertama selesai

5.5. Analisis *Scene* 3 *Shot* 1

Pada *scene* 3 *shot* 1 yaitu "Pramudi menaiki tangga bus dengan gagah dan semangat" penulis menggunakan *medium shot* agar subjek Pramudi terlihat mendominasi layar namun interior tangga bus tetap terlihat untuk memberi informasi kepada penonton bahwa Pramudi sedang didalam, penulis juga menggunakan *low angle* seperti teori untuk memperlihatkan besarnya Pramudi dan juga mengeluarkan sifat heroiknya.



Gambar 5. 4 Analisis Scene 3 Shot 1

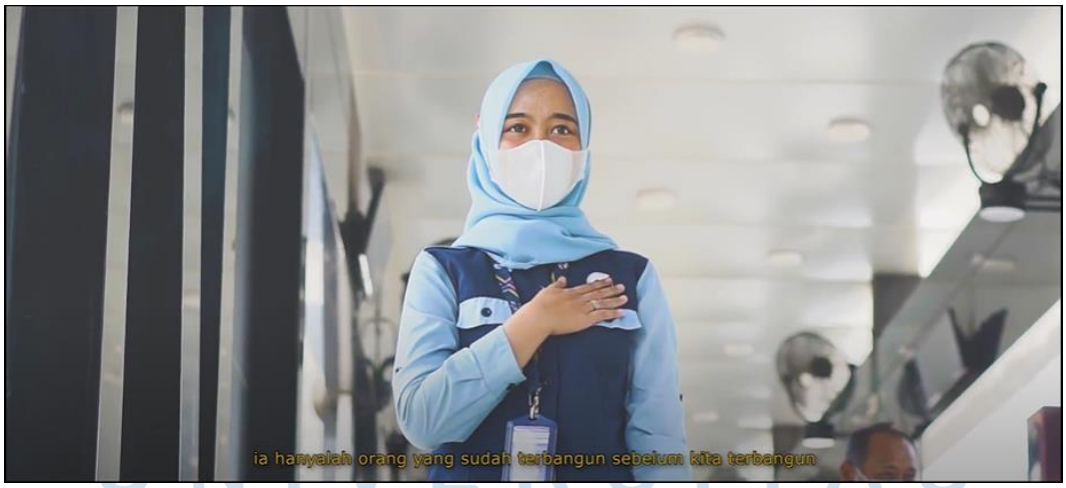
(Sumber: Penulis, 2021)

Dalam *shot* ini penulis ingin menunjukkan gagahnya seorang Pramudi ketika sudah mulai memasuki busnya dan memberi tahu langkah sigap heroiknya dalam memulai pekerjaanya untuk melayani masyarakat. Seuai dengan teori menurut Satriopamungkas, B., Yudani, H. D., & Wirawan, I. G. N. (2020) mengatakan bahwa pengambilan gambar yang diambil dari sudut bawah memberikan sifat objek

membesar. Penggunaan *low angle* ini biasanya akan memberikan sifat heroik bagi objek saat pengadeganan. (hlm 4) dan teori dari Sriwulandari (2021) mengatakan bahwa heroisme mengandung banyak unsur yang membentuknya seperti kepekaan/kepedulian, keikhlasan, rasa cinta, pengorbanan, kesabaran, tanggung jawab, rasa persatuan, pantang menyerah, sigap, dll. (hlm 2). Penggunaan *medium shot* pada adegan ini menekankan kepada Pramudi yang terlihat gagah sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sriwulandari dan ditekankan dengan pengambilan *low angle* menurut Yudani, Wirawan, dan Satriopamungkas.

5.6. Analisis *Scene* 6 *Shot* 1

Pada *scene* 6 *shot* 1 yaitu "Petugas Layanan Halte dengan gagah menyambut para pelanggan dengan salam" penulis menggunakan *full shot* agar subjek Petugas Layanan Halte agar interior halte tetap terlihat dengan *foreground* gerbang berputar untuk menekankan interior haltenya, penulis menggunakan *full shot* agar keseluruhan sikap salam Petugas Layanan Halte tetap terlihat dan menggunakan *low angle* agar sifat gagah dan heroik tetap terlihat.



Gambar 5. 5 Analisis Scene 6 Shot 1

(Sumber: Penulis, 2021)

Dalam *shot* ini penulis ingin menunjukan sikap siap dan gagah dalam melayani pelanggan dari Petugas Layanan Halte dan memberikan informasi yang lebih

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

lengkap dari isi halte tersebut seperti teori dari Sriwulandari (2021) yang mengatakan bahwa heroism mempunyai banyak unsur salah satunya adalah sifat sigap. Sikap siap dan gagah tersebut juga di gabungkan dengan *low angle* agar menekankan dan mengeluarkan sikap heroik dari Petugas layanan Halte. *Shot* ini pun penulis mengeluarkan sifat aman dan nyaman kepada pelanggan yang menonton bahwa tidak perlu bingung karena ada Petugas Layanan halte yang selalu siap melayani pelanggan. Penggunaan *full shot* pada adegan ini menekankan kepada gerakan tubuh Petugas Layanan Halte dan ekspresi mukanya yang menggambarkan sifat kepekaan/kepeduliaan sesuai menurut Sriwulandari dan ditekankan dengan pengambilan *low* angle untuk menekankan sifat heroiknya.

5.7. Analisis *Scene* 15 *Shot* 1

Pada *scene* 15 *shot* 1 yaitu "kumpulan shot para Pramudi, Pekerja Layanan halte, DKO, Pensteril jalur yang tersenyum" penulis menggunakan *close up shot* untuk menekankan emosi dari para pekerja Transjakarta. Penulis juga menggunakan *low angle* untuk menunjukan bahwa inilah para pahlawan yang menolong para pelanggan dalam menggapai tujuannya. Parulian (2020) mengatakan bahwa sudut pandang *low angle* memberi efek kebalikan dari *high angle,* subjek yang difoto dengan sudut ini sepertinya tampil heroik dan berkuasa atas pembaca. (hlm 106).

Gambar 5. 6 Analisis Scene 15 Shot 1

(Sumber: Penulis, 2021)

Pada *shot* ini penulis ingin membuat para pelanggan dan penonton untuk mengenalkan kepada mereka wajah-wajah dari pahlawan yang sering mereka temui dalam membantu menjalankan keseharian mereka. Penggunaan *low angle* juga sebagai penekanan rasa heroic dalam *shot* ini. Pada adegan ini sesuai dengan teori Sriwulandari (2021) bahwa heroisme mempunyai banyak unsur salah satunya adalah sikap cinta, bentuk salam dari para petugas Transjakarta dengan tatapan senyum yang senantiasa mencintai pekerjaanya yaitu membantu rakyat di Jakarta dalam mengantarkan dari tempat ke tempat. Penggunaan *close up* shot pada adegan ini menekankan ekspresi heroik salah satunya adalah kepeduliaan sebagaimana dikatakan oleh Sriwulandari dan penggunaan *low angle* sebagai penekanan sesuai dengan teori menurut Parulian bahwa pengambilan dari sudut bawah menghasilkan objek terlihat gagah dan heroik.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

6. KESIMPULAN

Pada awal penulis melakukan pencarian ide heroik hingga menyelesaikan proses produksi video, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengambilan gambar untuk ide heroik itu sebagian besar menggunakan ukuran *shot* dari *full shot* hingga *medium close-up shot* dengan selalu menggunakan *low angle* sebagai sudut pengambilannya karena membuat subjek terlihat heroik dan besar. Ketepatan waktu dalam pengambilan gambar pun sangat penting dalam pembuatan video ini karena menggunakan para pekerja Transjakarta yang mereka pun juga mempunyai tanggung jawab lain selain menjadi pemain dalam video ini. Penulis juga mendapatkan bahwa perhitungan datangnya bus dalam halte sangat penting dalam pengambilan gambar agar dapat mengutamakan pengambilan gambar dahulu. Penulis menyimpulkan bahwa penggunaan ide heroik dalam pembuatan video harus dengan proses yang matang karena tidak semua penggunaan *low angle* dapat mengartikan heroisme, banyak aspek seperti adegan dan lain-lain yang harus diperhatikan dahulu sebelum memasukkan konsep heroik tersebut. Ukuran *shot* yang dipilih juga mempengaruhi tujuan gambar yang ingin diambil dan tentunya harus sesuai dengan sifat heroic pada adegan tersebut dan menjadikan *low angle* sebagai penekanan sifat heroiknya.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA