



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

### TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini, penulis menggunakan sumber *literature* yang berkaitan dengan teori tentang *production design*, *reality show*, dan metafora visual dalam film pendek *Scripted*. Penjelasan-penjelasan teori yang disajikan meliputi: *art department*, *production design*, *workflow*, manipulasi dalam *reality show*, metafora visual, set, dan *props*.

#### 2.1. *Art Department*

*Art department* seringkali menjadi departemen terbesar dalam produksi film. Mereka adalah orang-orang yang bertanggung jawab menciptakan bentuk fisik sebuah film, karena pembentukan lingkungan karakter mendukung naratif sebuah *script* dan membuat penonton terhanyut kedalam film (Barnwell, 2008, hlm. 18). *Art department* merupakan departemen pusat yang mengontrol segala konsep visual dalam pembuatan film, hal itu menjadikannya sebagai penghubung antar satu departemen dengan departemen lainnya (Rizzo, 2005, hlm. 27).

Menurut Barnwell (2008), *art department* dikepalai oleh *production designer* dan ialah orang yang mengatur tim kreatif meliputi (hlm. 18):

1. *Art director* adalah orang yang bekerja untuk *production designer* dan mengawasi tim kreatif, seperti *set designer* dan *set decorator* yang mengeksekusi *production design*.
2. *Set designer* adalah arsitek yang mendesain struktur dan interior ruang pada set berdasarkan arahan dari *production designer*.

3. *Property masters* adalah orang yang bertanggung jawab dalam menemukan dan mengatur segala *props* yang muncul dalam film.

### **2.1.1. Production Design**

*Production design* adalah inti kreatif seni visual dari proses pembuatan film karena merupakan kolaborasi dari pemikiran dan imajinasi sutradara, *director of photography*, dan *production designer* (LoBrutto, 2002, hlm. 2). *Production designer* adalah kepala dari *art department* dan orang yang menciptakan identitas visual yang menghasilkan bentuk fisik sebuah film (Barnwell, 2008, hlm. 18). Dia adalah orang yang bertanggung jawab akan pemilihan set dan lokasi secara keseluruhan dalam produksi film.

*Production designer* bertanggung jawab kepada produser terhadap *budgeting* dalam hal mendesain serta mengawasi pembangunan set, sedangkan kepada sutradara *production designer* bertanggung jawab secara artistik dalam hal mengembangkan *script* secara kreatif (LoBrutto, 2002, hlm. 14). *Production designer* bertugas untuk memvisualisasikan *script* dan visi sutradara kedalam bentuk lingkungan secara fisik yang mendukung karakter dalam penyampaian cerita. *Production designer* harus melakukan riset dalam merancang *production design* untuk menciptakan desain yang masuk akal. Pembuatan dan pengaplikasian *production design* merupakan proses penggambaran *script* kedalam bentuk metafora visual, palet warna, arsitektur, lokasi, desain, dan set. Hal-hal tersebut juga dapat menentukan kostum, *make-up*, dan gaya rambut (LoBrutto, 2002, hlm. 1).

## **2.2. Workflow**

*Production designer* bertanggung jawab dalam mendesain konsep sebuah film untuk menciptakan desain yang mendukung/memperkuat cerita serta karakter, melalui penggunaan ruang, volume, cahaya, warna, dan tekstur. Hal ini akan menentukan keseluruhan *looks* film yang akan tampil di layar (Barnwell, 2008, hlm. 101). Desain konsep tersebut dimulai dengan membedah *script*, melakukan riset, membuat *mood board*, membuat sketsa, dan persetujuan oleh sutradara, semua itu dilakukan pada masa pra-produksi. Proses pra-produksi ini adalah masa dimana *production designer* dan *art department* mengembangkan ide-ide dan menciptakan desain film dengan memasuki perencanaan tahapan yang sistematis (LoBrutto, 2002, hlm. 57).

### **2.2.1. Bedah Script**

Membaca *script* merupakan langkah awal bagi *production designer* untuk memulai riset dalam mendesain *set* pada film dengan membagi *script* tersebut berdasarkan lokasi, ruang, dan waktu (Barnwell, 2008, hlm. 104). Selain itu, dalam membedah *script* juga diperlukan untuk membuat rincian detail akan dekorasi, *props*, dan kostum yang dilakukan oleh *art department* (LoBrutto, 2002, hlm. 17).

### **2.2.2. Riset**

Keputusan bagaimana mendesain penampilan sebuah film ditentukan berdasarkan riset yang akan membantu memperkaya dan memperindah cerita dalam *script*. Hasil riset didapat dari berbagai referensi seperti suatu lokasi, film, lukisan, fotografi, *fashion*, tekstil, dan musik (Barnwell, 2008, hlm. 103). Riset dapat

membantu memperkaya karakter, memberikan informasi dimana dan kapan film ini di set, serta dapat mengekspresikan konten naratif, dari situ konsep desain dan metafora telah tercipta (LoBrutto, 2002, hlm. 33).

### **2.2.3. Mood board**

Pembuatan *mood board* merupakan langkah penting dalam proses kreatif untuk membantu menyampaikan *looks*, atmosfer, emosi, dan *mood* yang diinginkan pada film, dapat menggunakan potongan-potongan gambar dari majalah, fotografi, *postcards*, dan *fabric* (Barnwell, 2008, hlm. 106). Setelah membuat *mood board*, dibuatlah *color palette* berdasarkan warna pada *mood board*nya. *Color palette* juga merupakan alat untuk mengidentifikasi karakter dan lokasi yang berguna untuk menyampaikan naratif dari filmnya (Barnwell, 2008, hlm. 112).

### **2.2.4. Sketsa**

*Production designer* dapat mengembangkan ide dan impresi pertamanya dari membuat sketsa, dari situ akan tercipta sebuah konsep gambar yang diinginkan berdasarkan riset yang didapat. Membuat konsep gambar ini merupakan tahap pertama dalam proses desain setelah membedah *script* dan memahami sudut pandang sutradara terhadap gaya visual film yang diinginkannya (LoBrutto, 2002, hlm. 57). Sketsa digabungkan dengan *mood board* agar kru dari setiap departemen dapat mengerti konsep desain yang sudah dibuat.

### 2.2.5. Persetujuan

Setelah selesai membuat konsep gambar, *production designer* memperlihatkan dan mempresentasikan konsep tersebut kepada sutradara, lalu mereka berdiskusi tentang ide atas gambar-gambar konsep tersebut untuk menyatukan visi sutradara dengan konsep desainnya (LoBrutto, 2002, hlm. 58). Bila konsep desain sudah disetujui oleh sutradara, semua desain diberikan kepada seluruh kru dan dapat memulai pekerjaannya menurut *departmentnya* masing-masing, terutama *art department* dan *director of photography*.

### 2.3. Manipulasi dalam *Reality Show*

Menurut Potter (2008), manusia hidup dalam dua dunia, dunia nyata dan dunia media. Kebanyakan orang beranggapan dunia nyata itu terbatas, mereka tidak bisa mendapatkan segala sesuatunya di dalam dunia nyata, seperti pengalaman atau informasi. Maka dari itu untuk mendapatkan hal tersebut, orang-orang menjelajah ke dalam dunia media untuk memperluas pengetahuan dan lebih mengerti akan dunia nyata. Sebagai contoh, orang merasa bosan dengan kehidupannya dan ingin merasakan beberapa pengalaman asmara yang menarik, ia dapat membaca novel, menonton film, atau menonton acara televisi untuk mendapatkan pengalaman asmara tersebut. Bisa dikatakan dunia nyata adalah kenyataan, dan dunia media adalah fantasi (hlm. 159).

Di dalam media terdapat dua perspektif, perspektif audiens dan perspektif pembuat acara. Audiens menjelajahi dunia media untuk mendapatkan apa yang tidak bisa didapatkan di dalam dunia nyata seperti kesenangan serta hiburan dan pembuat acara memiliki intuisi untuk menarik para audiens dengan mengubah

sedikit realitas supaya acaranya terlihat lebih menarik. Begitu halnya yang terjadi dalam media televisi. Adanya dua perspektif tersebut, realitas dan realitas versi televisi menjadi saling terkait dan sulit untuk dibedakan (Potter, 2008, hlm. 164).

Dalam buku *Television Entertainment*, Jonathan Gray (2008) memberi kutipan menarik oleh Stephen Neale: “tidak akan pernah ada titik temu...dimana karakter dalam dunia nyata, konflik, dan *setting* menemukan jalannya langsung ke dalam layar. Akan selalu ada *genre*. Disana selalu ada bentuk estetika. Dan mereka akan selalu memiliki logika sendiri.” Apa yang orang-orang lihat di layar tidak ada yang nyata, semuanya hanyalah gambaran dan bergantung pada keindahannya. Pikirkan lagi, apa yang membuat program-program berikut nyata: *COPS, Big Brother, Extreme Makeover, American Idol, The Daily Show, Pimp My Ride, and Monday Night Football* (hlm. 102).

Menurut bukunya yang berjudul *Entertainment Media in Indonesia*, Hobart dan Fox (2008), Idola yang dipersembahkan ke publik dalam acara *Indonesian Idol* dikontrol oleh agen, wartawan, *marketing personnel*, promotor, fotografer, *wardrobe staff*, dan asisten personal. Orang-orang ini memiliki peran dalam membentuk ‘*image*’ Idola, mereka menentukan apa yang Idola pakai, bagaimana rambutnya ditata, serta bagaimana dan apa yang Idola nyanyikan. Dalam mengembangkan ‘*image*’ Idola, peran produser adalah yang paling berkuasa diantara orang-orang tadi. Produser berperan sebagai penghubung antara aspek kreatif dan aspek komersial dalam televisi (hlm. 23).

## 2.4. Metafora Visual

Didalam artikel *Metaphor, Creativity, and Art Practice*, Rentz (2001) mengutip dari *The Macquarie Dictionary* bahwa metafora adalah kiasan terhadap suatu istilah yang diterapkan bukan menggunakan arti sebenarnya untuk memberi kesan kesamaan, seperti contoh dalam kalimat “*A mighty fortress is our God*”. Metafora menggunakan satu istilah yang tidak sama dengan kenyataannya untuk menggambarkan yang lain, sehingga muncul suatu kiasan dalam menggunakan metafora. Dalam karya seni, metafora visual sering digunakan, dimana sebuah objek atau bentuk menunjukkan dan berarti yang sangat berbeda.

Metafora merupakan alat untuk menghubungkan antara hal-hal yang ada didunia ini dengan sebuah kreativitas seni. Dengan adanya penggambaran skenario secara metafora visual dalam film, sebuah film akan mempunyai nilai yang lebih. Metafora dalam *production design* merupakan cara menggambarkan ide utama film dari kata-kata menjadi sebuah konsep visual (Rizzo, 2005, hlm. 53). Menurut LoBrutto (2002), metafora visual dalam *production design* diambil dari ide cerita dan diterjemahkan kedalam bentuk visual untuk menunjukkan atau menyampaikan tema dari cerita dengan menggunakan objek, bentuk, atau gambaran yang memiliki makna umum atau memiliki aspek naratif yang memberikan suatu kiasan dalam cerita (hlm. 25).

Menurut LoBrutto (2002) untuk seorang *production designer*, menemukan hubungan antara desain konsep gaya visual dan konten suatu cerita adalah hal yang penting untuk dilakukan, karena dengan merancang desain hanya dengan mengikuti *script* akan menghasilkan karya yang tidak berjiwa serta hubungan



antara cerita, karakter, dan lingkungannya tidak akan terbentuk. Maka dalam *production design* sebuah film, seorang *production designer* harus mendesain konsep visual menurut periode atau tahun kapan cerita itu berlangsung, menemukan metafora dari naratifnya, dan menggunakan seni dan kerajinan lewat *art direction*. Metafora desain dapat menciptakan analogi untuk memberitahu cerita dan karakter, khususnya dalam memberi suatu kiasan pada karakter (hlm. 27). Seperti contoh dalam film *The Untouchable* (1987), *production designer* dalam film ini menandakan seorang tokoh bernama Al Capone sebagai *Sun King* (Raja Matahari), karena dia memiliki kekuasaan yang tidak terbatas atas kota *Chicago*. Dalam penggambaran karakternya sebagai *Sun King*, *production designer* dalam salah satu adegan mendesain lantai *barbershop* dimana Al Capone sedang menggunting rambutnya dengan gambar matahari. Hal tersebut untuk menandakan daerah tersebut dikuasai oleh Al Capone (LoBrutto, 2002, hlm. 27).

Metafora visual menjadi alat yang kuat dalam membangun naratif pada film. Perancangan sinematografi, tata artistik, dialognya, dan elemen-elemen lainnya merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung naratif sebuah film. Segala visual yang muncul pada film dilakukan secara penuh kesadaran dan bukan dari ketidaksengajaan. Contohnya dalam salah satu adegan difilm *Seven* (1995) seperti gambar dibawah ini. Gambar ini adalah adegan akhir klimaks pada film *Seven*. Tempat yang terdapat dalam gambar ini, dijadikan tempat jebakan oleh dua orang detektif untuk penjahat yang bernama John Doe. Tiang-tiang dari menara transmisi tampak seperti jaring laba-laba yang membuat sebuah metafora akan jebakan yang persis terjadi pada adegan itu. Gambar ini justru memperkuat

titik cerita pada saat itu. Pengambilan gambar ini pasti sudah direncanakan dan dirancang dari segi sinematografi maupun tata artistiknya. Dari segi sinematografi dengan penggunaan *long lens*nya yang membuat seluruh tempat ini terlihat maupun dari segi tata artistik yang menggunakan menara-menara transmisi sebagai lingkungannya (Brown, 2012, hlm. 7).



Gambar 2.1 Metafora visual dengan jaring laba-laba dalam film *Seven* (1995)  
(*Cinematography Theory and Practice*/Brown, 2012)

Menggunakan objek atau gambaran untuk menyampaikan pesan naratif ke dalam film dengan menggunakan metafora visual adalah sebuah tantangan, karena metafora yang ingin disampaikan mungkin akan terlihat samar-samar atau tidak jelas. Hal ini membuat para penonton sulit untuk mengerti tujuan naratif dari metafora tersebut. Metafora visual dalam *production design* dapat berkomunikasi hanya pada sebagian penonton saja atau hanya dapat diterima oleh para kritikus dan teoritikus. Metafora visual mempengaruhi alam bawah sadar penonton ketika para penonton mengikuti plot, *character development*, dan desain dalam film. Secara tidak sadar metafora visual yang terdapat dalam ketiga hal tersebut telah memberikan ide, konsep, dan konten naratif (LoBrutto, 2002, hlm. 25).

## 2.5. Set

Set merupakan waktu dan tempat dimana cerita sebuah film berlangsung. Lebih dari itu, set dapat menggambarkan atmosfer dan *mood* dari konflik dan karakter. Set juga bisa mendukung cerita menjadi lebih autentik (Johnson, 2009, hlm. 323). Set adalah hal yang paling mendasar dalam pembentukan *mise en scene*. Set mengacu pada tempat buatan atau tempat asli dimana adegan peristiwa dari film terjadi. Biasanya tempat tersebut adalah set yang dibangun di studio dengan menggabungkan elemen natural dan elemen buatan (Bordwell & Thompson, 2008, hlm. 115).

Setiap set harus dikonstruksi dengan spesifikasi yang tepat (LoBrutto, 2002, hlm. 48). Pembangunan set harus disesuaikan dengan *script*, sudut pengambilan kamera dan pergerakan aktor agar setiap set terlihat baik dan tepat saat pengambilan gambar (Bergfelder, Harris, & Street, 2007, hlm. 129).

Metafora visual juga dapat diterapkan ke dalam set sebuah adegan. Sebagai contoh pada film *Seven* yang menggunakan tiang-tiang menara transmisi sebagai metafora dari jebakan. Dalam menerapkan metafora pada set dapat memperkuat pesan naratif dari film.

## 2.6. Props

*Props* adalah objek, benda atau barang yang disentuh atau dipegang seorang aktor diseluruh adegan dalam film (Tomaric, 2008, hlm. 189). Selain sebagai objek yang dipegang atau sebagai alat yang digunakan oleh seorang aktor, *props* juga berfungsi sebagai bagian dari set. *Props* dapat mempunyai makna khusus untuk

mengungkapkan pikiran dan perasaan karakter, kekuatan dan kemampuan mereka didunia, atau tema utama dari film (Corrigan & White, 2012, hlm. 72).

*Props* muncul dalam film dalam dua bentuk utama, *instrumental props* dan *metaphorical props*. *Instrumental props* adalah benda atau objek yang ditampilkan dan digunakan sesuai dengan fungsinya. *Metaphorical props* adalah benda atau objek yang tidak difungsikan sesuai fungsi aslinya melainkan difungsikan sebagai arti lain bahkan sesuatu yang magis dan tidak terduga. Sebagai contoh dalam film *Babette's Feast* (1987) dan *Psycho* (1960) yang sama-sama menggunakan pisau, tetapi memiliki fungsi yang berbeda. Dalam film *Babette's Feast* pisau tersebut digunakan sesuai dengan fungsinya sebagai alat memasak untuk menyiapkan makanan, sedangkan dalam film *Psycho* pisau yang sama ditransformasikan sebagai metafora dari keganasan seksual yang dilakukan oleh laki-laki (Corrigan & White, 2012, hlm. 72 - 73).



Gambar 2.2 Pisau sebagai *instrumental props* dalam *Babette's Feast* (1987)  
(*The Film Experience: An Introduction*/Corrigan & White, 2012)



Gambar 2.3 Pisau sebagai *metaphorical props* dalam film *Psycho* (1960)  
(*The Film Experience: An Introduction*/Corrigan & White, 2012)

UMMN