

1.1. Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan tugas dan peranan produser untuk mewujudkan *VFX* pada produksi iklan GrabFood *Kobarkan Pesananmu* (2022)? Penelitian ini dibatasi pada tahap pra-produksi *VFX* dengan teori 10 daftar periksa pra-produksi *VFX* menurut Honthaner.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan tugas dan peranan produser untuk mewujudkan *VFX* pada produksi iklan GrabFood *Kobarkan Pesananmu* (2022). Skripsi ini membantu penulis untuk lebih memahami serta mengevaluasi peran produser dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *VFX* pada tahap pra-produksi iklan. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, maupun institusi, untuk dapat mengetahui pentingnya peran produser pada pra-produksi *VFX* dalam sebuah iklan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tahapan Produksi Iklan Televisi

1) Pra-produksi

Menurut Moriarty *et al* (2015: 47), keterampilan yang dibutuhkan oleh pihak rumah produksi sebagai eksekutor proyek adalah kemampuan untuk menangani pekerjaan *multi-tasking* perencanaan proyek dan menangani banyak detail dengan cepat. Cury (2013: 59) memaparkan bahwa pra-produksi merupakan proses persiapan, waktu, dan usaha untuk menyiapkan produksi. Setiap tahapan dalam pra-produksi iklan harus dilakukan berdasarkan persetujuan klien. Menurut Mackay (2005), koordinasi pada tahap ini dijalankan setelah klien menyetujui estimasi biaya, jadwal, dan gambaran mengenai produksi (hlm. 153). Tahap ini merupakan tahapan yang penting untuk mengontrol biaya, merekrut kru *freelance*, dan memerhatikan detail lainnya.

Final PPM merupakan pertemuan formal dan detail yang dilakukan oleh tim kreatif agensi, perwakilan dari pengiklan (klien), dan rumah produksi.

Pertemuan ini harus dijadwalkan berjarak dengan tahap produksi untuk berjaga-jaga jika terdapat perubahan tanpa membutuhkan biaya penalti tambahan. Hal yang harus dibahas dalam *FPPM* meliputi *director's board*, gambar set, foto lokasi, *casting*, *wardrobe*, *director's treatment*, *test footage*, properti, produk dan kemasan khusus, makanan, *voice-over*, musik orisinal, *copyright*, jadwal, *artwork*, alamat studio/lokasi *shooting*, pasca-produksi, dan bisnis lain (hlm. 154-155).

2) Produksi

Ketika semua perencanaan yang dilakukan pada tahap pra-produksi dilakukan dengan baik, benar, dan terperinci, maka pihak agensi akan berfokus pada elemen praktis dan kreatif dari produksi televisi. Agensi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa segala sesuatu yang telah disepakati pada *FPPM* dilakukan pada tahap produksi. Dalam produksi iklan, sulit untuk menerapkan ide-ide yang baru muncul pada saat produksi karena akan berakibat pada biaya (Mackay, 2005, hlm. 155).

3) Pasca-produksi

Pasca-produksi merupakan proses menjahit seluruh hasil produksi menjadi video final yang utuh. Kru yang diperlukan dalam tahapan pasca-produksi adalah *post-production supervisor*, *offline editor*, *assistant offline editor*, *sound engineer/mixer*, *colorist*, *music supervisor*, *online editor*, *graphics*, dan *VFX artist* (Ryan, 2010, hlm. 294-315).

2.2. Produser dalam *VFX*

Menurut Honthamer (2010: 2), produser merupakan seseorang yang bertanggung jawab pada keseluruhan aspek dalam pembuatan film, mulai dari menginisiasi, mengoordinasi, melakukan supervisi, dan memiliki kuasa atas kreatif, finansial, teknologi, maupun administrasi dari sebuah film. Produser harus bekerja saling melengkapi dengan sutradara dalam rangka memastikan semua ide kreatif diproduksi sesuai dengan waktu dan anggaran yang sudah disepakati. Seorang

produser berperan aktif dalam melakukan supervisi mulai dari pra-produksi, produksi, pasca-produksi, hingga materi iklan sampai ke tangan klien.

Finance & Zwerman (2010) menyatakan bahwa tugas produser adalah memastikan supervisi *VFX* mendapat apa yang dia perlukan untuk mewujudkan visi sutradara. Di sisi lain, produser bertanggung jawab atas *budgeting* dan *scheduling*. Produser bisa tegas untuk mengatakan tidak pada permintaan yang nampaknya tidak perlu atau tidak masuk akal (hlm. 39-40). Tugas produser *VFX* dalam hal *budgeting* adalah sebagai berikut:

- a) Mengestimasi biaya *VFX*.
- b) Menyiapkan *budget* detail berdasarkan naskah, *storyboard*, *previs*, dan jadwal produksi.
- c) Memonitor *budget* selama proses produksi dan pasca-produksi.
- d) Melakukan penyesuaian *budget* secara berkelanjutan untuk menyesuaikan perubahan dan kompleksitas *shot VFX* yang seringkali berubah selama proyek (hlm. 41)

Sedangkan tugas produser *VFX* dalam *scheduling* adalah sebagai berikut:

- a) Menganalisis naskah dan *storyboard* untuk menentukan kapan dan dimana elemen *VFX* tersebut harus di-*shoot*.
- b) Bekerjasama dengan asisten sutradara dalam menyusun *shooting schedule* dan *unit production manager* untuk melakukan *shooting VFX*.
- c) Mengawasi progres dari semua *VFX*.
- d) Mengawasi segala aspek dari *breakdown*, bekerjasama dengan supervisi *VFX* dalam *storyboard*, dan menganalisis kebutuhan setiap *shot*, *budget*, serta jadwal pengerjaan *VFX* (hlm. 42).

2.3. Pra-Produksi *VFX*

Menurut Dinur (2017: 8), *Computer Generated Image* (CGI) adalah salah satu bagian teknik dari *VFX*. CGI merupakan visual yang dibuat dengan *render* menggunakan *software* komputer kemudian dikomposisikan pada *footage* hasil *shooting* secara digital. Selain menggunakan CGI, teknik *VFX* bisa saja hanya dengan memanipulasi *footage* hasil *shooting* yang kemudian dikombinasikan

dengan *footage shooting* lainnya atau dengan *still photos*. Rea & Irving (2015) menambahkan bahwa *CGI* membutuhkan banyak ketrampilan, pengetahuan, perencanaan, dan jam kerja yang panjang dan sulit untuk dicapai, jadi pembuat film harus menggunakannya hanya jika diperlukan dan dengan sumber daya yang tepat (hlm. 277).

Tahap pra-produksi adalah tahap untuk mendiskusikan semua ide kreatif terkait penggunaan *VFX* dan keperluan praktikal serta *budget*. Tahapan ini penting untuk mempersiapkan *VFX* secara matang dan memiliki solusi yang spesifik untuk tahap produksi maupun pasca-produksi. Tahap pra-produksi *VFX* adalah saat dimana ide kreatif mulai terbentuk menjadi *storyboard*, *concept art*, dan *previsualization (previs)*. Tahap ini juga merupakan waktu di mana *budget VFX* dan berbagai batasan lainnya muncul (Dinur, 2017, hlm. 115).

Honthaner (2010: 113-114) membuat panduan daftar periksa *VFX* oleh produser untuk membantu melacak apa yang telah dilakukan dan apa yang masih harus dilakukan pada tahap pra-produksi:

- a) Merekrut supervisi *VFX*.
- b) Mempersiapkan *breakdown* dari *shot* yang berpotensi menggunakan *VFX*.
- c) Mempersiapkan *storyboard* yang memberikan deskripsi singkat tentang *VFX* yang diperlukan.
- d) Menentukan metode dan elemen yang dibutuhkan untuk mencapai efek yang diinginkan.
- e) Mengirim *breakdown*, desain, dan *storyboard* pada rumah produksi *visual effect* yang akan melakukan pengerjaan.
- f) Menentukan *budget* dan waktu yang diperlukan untuk mencapai setiap efek visual.
- g) Melakukan penyesuaian untuk mengakomodasi batasan *budget* dan waktu (jika perlu).
- h) Menentukan bagian mana dari *shot VFX* yang perlu diambil pada saat produksi (misal: *process plate*), lalu berkoordinasi dengan UPM dan asisten sutradara untuk menyediakan waktu pada *shooting schedule*.

- i) Menentukan *special equipment* yang harus digunakan pada saat produksi (seperti *motion control camera* atau *blue-screen*).
- j) Merekrut kru tambahan yang terlatih khusus untuk mengerjakan bagian efek yang dijadwalkan untuk produksi.

1) *Preliminary VFX Breakdown*

Langkah pertama dalam pra-produksi *VFX* menurut Dinur (2017) adalah mengetahui *scene* dan *shot* mana yang membutuhkan penggunaan *VFX* dan untuk mendapat perkiraan awal cakupan pengerjaan *VFX*. Berdasarkan naskah, produser dan sutradara membahas *shot-shot* yang berpotensi menggunakan *VFX* dengan deskripsi singkat tentang apa yang diperlukan. Pada tahap ini, diskusi belum terlalu spesifik karena nantinya supervisi *VFX* akan membantu memberikan solusi lebih lanjut. Beberapa hal pasti akan berubah pada tahap pra produksi mengikuti perubahan cerita dan *shot* dengan *VFX* bertambah atau ditiadakan atas dasar praktikal atau *budget*. Tujuan tahapan ini adalah untuk mendapat gambaran umum tentang hal-hal yang dibutuhkan secara fisik pada produksi.

Saat membuat *breakdown*, setiap departemen menganalisis kebutuhan masing-masing yang harus dipersiapkan selama tahap pra-produksi. Selanjutnya, hal akan diperjelas ketika supervisi *VFX* telah bergabung. Ide apapun penting untuk dicantumkan, baik yang diyakini maupun yang mustahil karena berada di luar cakupan. Seiring berjalannya proses, hal-hal ini nantinya akan tersaring sendirinya (hlm. 116).

2) Merekrut Supervisi *VFX*

Dinur (2017) berpendapat bahwa peran supervisi *VFX* secara kasar dapat disamakan dengan sutradara sementara produser *VFX* disamakan dengan produser. Supervisi *VFX* bertanggung jawab atas sisi kreatif, artistik, dan teknis dari efek visual, sedangkan produser *VFX* bertanggung jawab mengawasi jalannya setiap proses dengan jadwal dan anggaran yang ada. Produser, sutradara, dan supervisi *VFX* bekerja sama untuk merancang, membuat desain, dan mengeksekusi pembuatan *VFX*. Kerjasama ini juga dilakukan dengan *director of photography*, tim produksi, kru dalam *set*, maupun tim *VFX* dari tahap pra-produksi hingga pasca-

produksi. Produser harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik dalam pembuatan *VFX*, tidak perlu mengetahui teknis terlalu detail tapi setidaknya mengetahui prosesnya secara mendalam. Kerjasama antara produser, sutradara, dan supervisi *VFX* dilakukan sejak awal tahap pra-produksi untuk menangani sisi kreatif, artistik, keperluan teknis, menyelesaikan proyek tepat waktu, dan pendanaan dengan lebih efisien (hlm. 118).

Finance & Zwerman (2010) menambahkan bahwa produser harus merekrut tim *VFX* sedini mungkin ketika masih di tahapan pra-produksi. Hal ini bertujuan agar tim *VFX* dapat bekerja sama dengan departemen lainnya sebelum tahapan produksi dilakukan, memberikan saran kreatif mengenai penggunaan *VFX* di dalam setiap *shot* yang memerlukannya, dan juga membantu mengingatkan produser dan sutradara mengenai konsekuensi dari setiap keputusan kreatif penggunaan *VFX* yang diambil. Produser memiliki peran penting untuk memutuskan bagian mana yang memerlukan penggunaan *VFX* (hlm. 39).

3) *Preliminary Bidding*

Dinur (2017) mengatakan bahwa produser membuat perkiraan biaya untuk pembuatan *VFX* sesegera mungkin. Produser dan tim *VFX* menyepakati bahwa perkiraan biaya yang diajukan masih bersifat tentatif dan kemungkinan besar berubah seiring berjalannya proses (hlm. 119).

4) *Storyboarding*

Storyboard artist bergabung pada saat sutradara, *DOP*, dan asisten sutradara membuat rencana *angle* dan pergerakan kamera. *Storyboard* penting bagi tim *VFX* untuk mengetahui *framing*, tipe lensa yang digunakan, dan pergerakan kamera. Tim *VFX* mendapat gambaran sutradara dalam mencapai *shot* tersebut sehingga dapat diketahui *budgeting* dari *VFX* (Dinur, 2017, hlm. 121).

5) *Previs dan Concept Art*

Previs berfungsi sebagai panduan untuk *DOP* maupun departemen lainnya dalam memberikan gambaran visual untuk elemen dan karakter “imajiner” yang tidak ada di set tetapi akan ditambahkan pada tahap pasca-produksi. *Previs* tidak selalu diperlukan pada setiap jenis pekerjaan *VFX*, karena *storyboard* sudah cukup memberikan gambaran. *Previs* berfokus pada *timing* dan posisi, sementara *concept*

art berfokus pada *look* dari film. *Concept art* ditujukan untuk merancang dan mengembangkan elemen *CGI* (Dinur, 2017, hlm. 122).

6) *VFX Production Meetings*

Sepanjang tahap pra-produksi, produser harus mengadakan pertemuan khusus membahas *VFX* secara detail dan membuat rencana *set up* pada *set*. Pertemuan ini mendiskusikan ide yang bersifat teknis maupun kreatif serta solusinya dalam kondisi yang relatif santai. Pembahasan *CGI* melibatkan supervisi *VFX*, sutradara, produser, dan asisten sutradara. Departemen lain seperti *DOP*, *art director*, *gaffer*, *stunt coordinator*, dan supervisi *special effects* bisa bergabung, tergantung dengan tipe *shot* yang didiskusikan. Tahap perencanaan dan desain *shot VFX* memerlukan kerjasama yang baik antar departemen kamera, *lighting*, desain set, dan *special effects*. Sebagai pembuat film, penting untuk menjabarkan visi kreatif dengan jelas tetapi tetap memerhatikan masalah yang diajukan oleh tim *VFX* maupun departemen lain. Tahap ini merupakan upaya pemecahan masalah kolaboratif dan terbuka terhadap gagasan orang lain (Dinur, 2017, hlm. 123).

7) *Tech Scouts*

Bisa disebut sebagai *location scouting* atau *technical recce* dimana setiap kepala departemen melihat lokasi secara langsung. Tahap ini merupakan kesempatan bagi supervisi *VFX* untuk menentukan potensi masalah dan batasan dalam hal kebutuhan *VFX* seperti penempatan *blue-screen* dan *rigging*, kemudian juga mendiskusikan hal pada departemen *lighting* dan *grips*. Produser memperoleh informasi mengenai beberapa hal yang dibutuhkan oleh *DOP* terkait rencana *angle* dan pergerakan kamera, serta kebutuhan asisten sutradara terkait posisi aktor dan *extras*. Produser dapat mengestimasi biaya dan membuat keputusan saat itu juga (Dinur, 2017, hlm. 123).

8) *Budgeting dan Scheduling*

Saat pra-produksi berlangsung, pertemuan telah diadakan, *storyboard* telah digambar, ide dan konsep lebih terfokus, lokasi terpilih, hingga *shot VFX* dan metode pencapaiannya lebih jelas dan terdefinisi. Akibatnya, *budget* perlu diperbarui. Proses yang telah dilalui memperbolehkan produser dalam memperoleh

informasi yang lebih akurat dan banyak keputusan yang dibuat, sehingga *budget* dapat disasar lebih tepat.

Sebelum tahap produksi dimulai penting untuk menghasilkan *budgeting VFX* yang komprehensif dan jadwal yang mendetail. *Budget* perlu diperhitungkan berdasarkan pra-produksi yang telah dilakukan. Menurut Finance & Zwerman (2010), ketika mempersiapkan *budget*, hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah *storyboard*, survei set, *shooting* miniatur, peralatan dan kru untuk *motion control*, *visual plate*, kebutuhan *Digital Imaging Technician (DIT)*, kebutuhan *scaffolding* pada konstruksi set, sewa *blue/green screen*, dan aneka ragam lainnya seperti cat atau lakban biru/hijau (hlm. 143-144). Demikian juga jadwal harus dialokasikan untuk *shot* yang terdapat elemen *VFX* ataupun *plate* (Dinur, 2017, hlm. 124).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas penerapan tugas dan peranan produser untuk mewujudkan *VFX* dalam produksi iklan GrabFood *Kobarkan Pesananmu* (2022). Penulis meneliti langsung kejadian selama proses produksi iklan GrabFood *Kobarkan Pesananmu* (2022) ketika menduduki posisi sebagai asisten produksi. Penelitian skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan suatu masalah. Dalam penelitian kualitatif, penulis adalah alat pengumpul data utama. Fokus penelitian ini adalah mengumpulkan informasi aktual dan data terperinci mengenai proses produksi dari iklan GrabFood *Kobarkan Pesananmu* (2022).

Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013, hlm. 15). Nazir (1998) menambahkan bahwa metode penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar peristiwa yang diteliti. Data-data yang penulis sajikan bersifat informatif berdasarkan pengamatan penulis di lapangan. Segala temuan data di lapangan akan disusun dan dipaparkan secara deskriptif, tanpa