

1.1.RUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerapan tahapan pengerjaan VFX menurut Charles Finance dalam tahap pengerjaan VFX *TV Commercial Goodtime Chocodips* di DoubleU Post Studio ?

1.2.BATASAN MASALAH

Penelitian ini akan dibatasi pada tahapan pengerjaan VFX yang dilakukan oleh DoubleU Post Studio dalam mengerjakan VFX untuk *TV Commercial Goodtime Chocodips*.

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan tahapan VFX yang dijabarkan oleh Charles Finance dalam proses pengerjaan VFX *TV Commercial Goodtime Chocodips* di DoubleU Post Studio.

2. STUDI LITERATUR

2.1. Visual Effects

Visual Effects (VFX) adalah suatu hasil dari kemajuan teknologi dalam pembuatan efek visual yang akan digunakan untuk memperkaya kualitas suatu produksi karya *audio visual* seperti film, iklan komersial, program televisi, dan video music. Lingkup VFX mencakup berbagai macam teknik dan elemen yang digunakan seperti *editing* atau penggabungan gambar, animasi, *special effects*, *touch up* atau penghapusan objek, dan *sound effects* atau penambahan efek suara (Finance & Zwerman, 2015).

2.2. Visual Effects (VFX) Producer

Visual Effects (VFX) Producer adalah seseorang yang bertanggung jawab atas seluruh aspek dalam produksi efek visual dalam sebuah pembuatan karya *audio visual*. Aspek-aspek tersebut antara lain, perencanaan, pengembangan dan koordinasi seluruh kegiatan yang berlangsung selama produksi efek visual. *VFX Producer* juga sebagai penghubung antara tim VFX dengan *client* dan sutradara.

Seorang *VFX Producer* juga harus dibekali dengan kemampuan dalam menyusun jadwal dan anggaran serta memiliki pengetahuan yang mumpuni dalam spesifikasi visual agar produksi VFX dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, pemahaman mengenai *new technology* dan tahap produksi VFX juga dibutuhkan seorang *VFX Producer* agar proyek VFX dapat dikerjakan secara efektif dan efisien (Finance & Zwerman, 2015).

Tugas dari seorang *VFX Producer* meliputi perencanaan, koordinasi tim, pengelolaan anggaran, pengawasan produksi, pengelolaan risiko, melakukan *delivery* dari proyek yang dikerjakan, dan membangun serta menjaga relasi dengan *client* maupun produser rumah produksi. Dalam aspek perencanaan, seorang *VFX Producer* harus dapat merancang alur kerja produksi efek visual. Hal ini termasuk penjadwalan, pendataan efek visual yang dibutuhkan serta manajemen risiko selama pengerjaan, dan pembuatan anggaran biaya serta melakukan penawaran kepada produser *production house*. Dalam aspek koordinasi tim dan pengawasan produksi, *VFX Producer* menjadi pemimpin dalam mengkoordinasi tim VFX dan memastikan proyek VFX yang dikerjakan berjalan efektif dan efisien. Tim VFX dapat terdiri dari banyak pihak. Beberapa pihak yang krusial dalam tim VFX adalah *2D Artist*, *3D Artist*, dan *Compositor*. Dalam aspek pengelolaan anggaran dan pengelolaan risiko, seorang *VFX Producer* harus dapat mengidentifikasi dan mengantisipasi risiko yang akan terjadi dalam proses pengerjaan VFX serta menyesuaikannya dalam anggaran dana yang akan diajukan kepada produser *production house* (Finance & Zwerman, 2015).

Salah satu tugas utama *VFX Producer* adalah membangun relasi yang baik dan berkesinambungan dengan pihak *client* serta produser rumah produksi. Hal ini dikarenakan *VFX Producer* adalah ujung tombak dari suatu *Post Production House* untuk mendapatkan suatu proyek pembuatan efek visual. Dengan membangun hubungan yang baik dan berkesinambungan, *VFX Producer* telah memberikan harapan bagi *Post Production House*-nya untuk terus eksis serta dikenal lebih luas lagi dalam industri. Sebuah keuntungan tersendiri ketika seorang *VFX Producer* menjalin hubungan yang baik dengan klien dan produser sebab

dengan hubungan baik tersebut, *VFX Producer* dapat dengan mudah mengetahui minat klien sehingga menghasilkan karya efek visual yang sesuai dengan minatnya dan dalam waktu yang efisien.

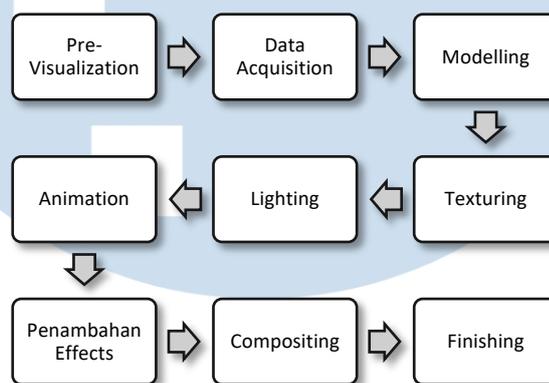
2.3. Tahap Pengerjaan Visual Effects

Menurut Finance (2015), tahap-tahap pengerjaan *Visual Effects* (VFX) adalah sebagai berikut:

1. Tahap *Pre-visualization (Previs)* : Pada tahap ini melibatkan *storyboard artist* untuk menggambar *storyboard* untuk kebutuhan animasi 3D agar tergambar konsep dan membantu visualisasi adegan yang akan dihasilkan.
2. Tahap *Data Acquisition* : sesuai dengan namanya, pada tahap ini tim VFX memulai pengambilan gambar dengan menggunakan *green screen* atau *blue screen*, melakukan pengumpulan data 3D atau fotogrametri, dan proses pengambilan data LIDAR.
3. Tahap *Modelling* : Dalam beberapa tahap VFX, akan melibatkan elemen 3D, oleh karena itu tahap *modelling* dibutuhkan sebagai salah satu tahapan dari pembuatan model 3D dari karakter, objek atau *environment* yang akan digunakan dalam suatu adegan yang membutuhkan campur tangan VFX.
4. Tahap *Texturing* : tahap ini merupakan tahap lanjutan dari pengerjaan 3D, setelah model sudah disetujui, tahap selanjutnya adalah memberikan warna, tekstur dan *detail* pada model 3D.
5. Tahap *Lighting* : dalam pengerjaan efek visual, agar gambar yang dihasilkan tidak *flat* dan terkesan *real*, dibutuhkan tahap *lighting* atau penentuan pencahayaan yang tepat.
6. Tahap *Animation* : setelah pencahayaan sudah diatur, tahap ini adalah tahap untuk memberikan gerakan pada karakter atau objek dalam adegan.
7. Tahap Penambahan *Effects* : dalam tahap ini, ditambahkan efek-efek khusus yang bermakna dalam gambar seperti elemen ledakan, api, asap, dan atau cairan.

8. Tahap *Compositing* : tahap ini merupakan tahapan dimana *VFX Editor* menggabungkan berbagai elemen gambar ke dalam suatu adegan yang utuh sehingga menjadi satu kesatuan yang padu.
9. Tahap *Finishing* : tahap ini merupakan tahap akhir dari proses pengerjaan efek visual. Dalam tahap ini, hasil pengerjaan tahap-tahap sebelumnya disempurnakan dengan *Editing*, *Colour Grading* dan penambahan *Sound Effects*.

Tahapan-tahapan tersebut jika digambarkan dalam bagan proses kerja adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 - Bagan Tahapan Pengerjaan VFX menurut Charles Finance

Sumber : Data Pribadi

2.4. TV Commercial

Iklan televisi atau yang biasa kita sebut sebagai *TV Commercial* merupakan media modern yang paling populer yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam usaha untuk mencapai tujuan *marketing* dan komunikasi. Dalam iklan, perusahaan berusaha untuk mempromosikan produk, merek, atau layanan untuk menargetkan pasar yang lebih luas (Moriarty et al., 2012).