

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perfilman, baik itu dalam pembuatan film panjang, serial televisi, maupun iklan, merupakan salah satu bentuk seni dan hiburan yang sangat berkembang pesat, terutama di era digital ini. Di balik kesuksesan produksi visual yang dapat memikat hati penonton, terdapat berbagai elemen teknis yang saling bekerja sama untuk menciptakan sebuah karya yang berkualitas. Salah satu elemen yang sangat penting namun sering kali tidak terlihat oleh penonton adalah sinematografi. Sinematografi adalah proses pengambilan kata-kata, tindakan, subteks emosional, nada dan segala bentuk komunikasi non-verbal lainnya dan menerjemahkannya ke dalam bentuk visual (Brown, 2012). Sebuah seni dan teknik dalam menangkap gambar bergerak yang sangat menentukan dalam membentuk visual, suasana, dan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah karya audiovisual.

Dalam produksi iklan, sinematografi memainkan peran yang sangat krusial. Sebagai media promosi yang bertujuan untuk mempengaruhi keputusan konsumen, iklan membutuhkan visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu mengkomunikasikan pesan dengan cara yang efektif. Elemen sinematografi secara umum dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu kamera dan film, framing, dan durasi gambar. Framing adalah hubungan kamera dengan objek yang akan diambil, seperti batasan wilayah gambar atau frame, jarak, ketinggian, dan pergerakan kamera. Aspek framing yang digunakan meliputi aspek ratio, offscreen dan onscreen, camera angle, type of shot, camera movement dan composition (Bordwell dan Thompson, 2012). Setiap elemen teknis dalam pembuatan iklan, mulai dari pemilihan lensa, pencahayaan, komposisi gambar, hingga pergerakan kamera, berfungsi untuk menyampaikan pesan produk atau layanan dengan cara yang paling visual dan emosional. Oleh karena itu, aktivitas sinematografer dalam departemen kamera sangat menentukan kualitas dan daya tarik iklan tersebut.

Pada CV Brand Film, sebuah perusahaan produksi yang bergerak di bidang pembuatan iklan, departemen kamera menjadi bagian yang vital dalam setiap proses

produksi. Sinematografer sebagai pemimpin dalam departemen ini bertanggung jawab dalam merancang dan mengeksekusi elemen-elemen visual yang akan membentuk hasil akhir iklan. Aktivitas sinematografer mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilihan peralatan kamera, pengaturan pencahayaan, penentuan komposisi visual, hingga keputusan-keputusan teknis lainnya yang mendukung pencapaian visi kreatif dalam produksi iklan.

Seseorang yang memiliki tanggung jawab penuh atas visual biasa disebut DOP atau *Director of Photography*. *Director of Photography*, atau DOP, memiliki tanggung jawab untuk membuat keputusan yang mengarah pada elemen visual. DOP akan menggunakan sudut kamera untuk menghasilkan *shot* tertentu. mereka juga akan selalu mempelajari berbagai teknologi baru yang akan mengubah industri perfilman. (Wood, 2017). Bapak Petir sendiri adalah seorang DOP yang seringkali bekerjasama dengan rental kamera Brandfilm, sehingga setiap produksi yang dilakukan oleh bapa petir akan menggunakan peralatan kamera. Dari rental kamera Brandfilm.

Melalui laporan ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran sinematografer dalam pembuatan iklan, serta kontribusi mereka terhadap kualitas produksi yang tidak hanya teknis tetapi juga artistik. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pentingnya peran sinematografer dalam menciptakan iklan yang efektif dan memikat, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja departemen kamera dalam produksi iklan di masa yang akan datang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang kampus ini dilakukan dengan tujuan sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Serta untuk memenuhi kriteria mata kuliah *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation, dan Evaluation and Reporting* yang berjumlah 20 sks, sehingga penulis bisa lulus dari perkuliahan dan menerima gelar sarjana seni (S.Sn).

Ada beberapa maksud dan tujuan lain penulis mengerjakan magang kampus ini, di antara lain; Penulis ingin mengenal dunia industri kreatif terkhususnya pada bidang komersial di Indonesia. Penulis juga ingin melatih ketelitiannya dalam menjadi seorang asisten kamera di industri. Membangun *skill* komunikasi dengan antara kru yang lain selama produksi berlangsung. Penulis ingin mampu untuk bekerja dibawah tekanan. Penulis juga ingin menganalisa berbagai macam kejadian yang terjadi dalam sebuah produksi, dan beradaptasi dengan segala kondisi yang akan terjadi di masa yang akan datang. Penulis ingin fokus dan secara serius mengejar cita - citanya untuk menjadi seorang sinematografer atau DOP di masa yang akan datang.

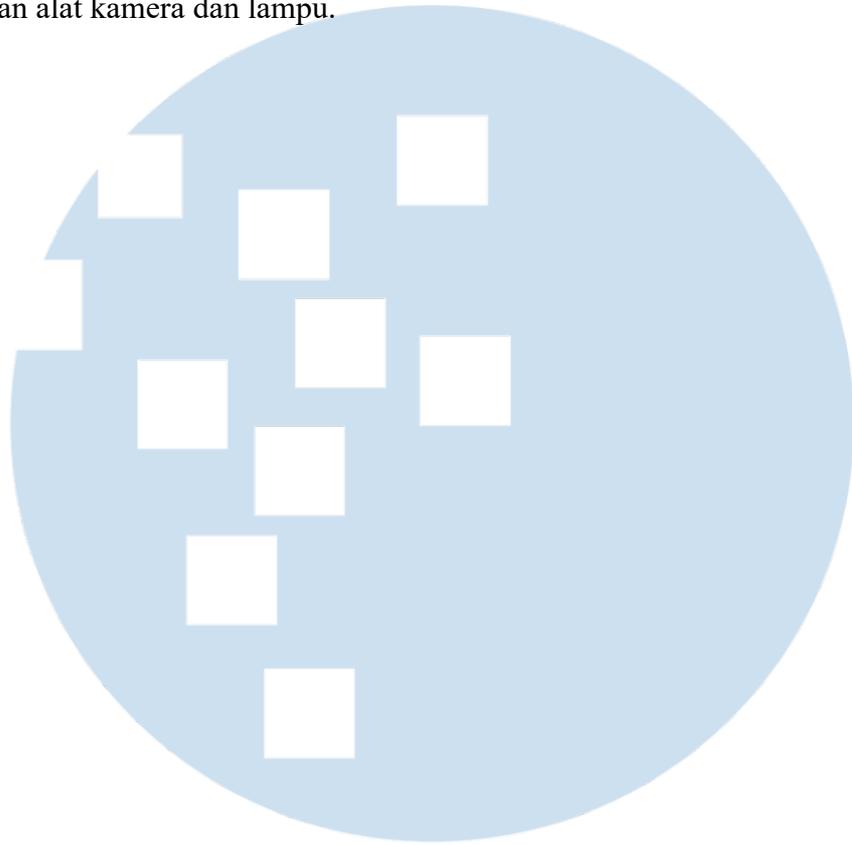
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dimulai dari mengisi form MBKM 01 di *website* merdeka.umn.ac.id dengan mengisi profil Bapak Petir secara umum pada tanggal 22 Desember 2024. Penulis menghubungi Bapak Petir selaku DOP melalui *Direct Message* di Instagram, dan setelah beberapa jam akhirnya Bapak Petir merespon *Direct Message* tersebut. Setelah melewati beberapa percakapan akhirnya penulis diterima untuk magang bersama Bapak Petir dan akhirnya diperintahkan untuk mulai magang pada tanggal 31 Januari 2024.

Sebelum akhirnya terjun langsung untuk melakukan produksi, penulis melakukan observasi terlebih dahulu sehingga akhirnya penulis mengetahui bagaimana *workflow* industri periklanan tersebut. Sebelum melakukan proses *shooting*, Bapak petir selaku DOP akan melakukan *recce* dengan tujuan mengetahui lokasi mana yang memang cocok dengan konsep yang telah ada. Bapak Petir juga rutin melakukan cek alat ke Rental yaitu Brand Film untuk memastikan bahwa alat - alat yang akan digunakan pada hari *Shooting* siap dan tidak ada kendala dan masalah nantinya.

Penulis seringkali menginap di rental alat sebelum hari *Shooting* dilaksanakan, rental alat tersebut terletak tidak terlalu jauh dari tempat tinggal

penulis. Penulis akhirnya berangkat dari rental alat menggunakan truk barang yang berisikan alat kamera dan lampu.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA