



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 III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Saat penulis diterima kerja magang, *Amarta Pictures* sedang dalam pra-produksi film layar lebar *Multiverse: The 13th Step* (*working title*). Film tersebut merupakan bagian pertama dari trilogi film *Multiverse*. Ketika itu ada beberapa pilihan pekerjaan yang diberikan pada penulis, tapi akhirnya *production assistant* yang terpilih. Hal ini dikarenakan pertimbangan penulis untuk mempelajari proses pembuatan film layar lebar dari A hingga Z, dan posisi *production assistant* membuka akses kepada informasi tersebut. Selain itu, kedua produser film—Garry Resuka dan Indra Pasaribu—juga sedang sangat membutuhkan *production assistant*.

Pada dasarnya, *production assistant* atau *PA* bertugas membantu kelancaran proses pembuatan film, dari pra-produksi hingga pasca-produksi. *PA* memberi dukungan dan bantuan kepada semua area dalam pembuatan film, atau bisa juga bekerja untuk suatu departemen yang spesifik. Misalnya sebagai *PA* khusus untuk *art department*, lokasi, atau *wardrobe*.

PA bertanggung jawab mengumpulkan dan memberikan informasi seputar *progress* pembuatan film, dari dan kepada semua pihak yang bersangkutan. *PA* juga mengerjakan *paperworks* untuk *production office* hingga pengaturan *extras* (pemeran tambahan) pada saat *shooting*. Bisa dikatakan, *PA* membantu produser memantau proses pembuatan sebuah film dari awal hingga akhir, dan membantu menyelesaikan semua pekerjaan yang bersifat administratif atau teknis.

Dalam film *Multiverse: The 13th Step* ini, penulis menjadi *PA* untuk semua area pembuatan film. Karena itu, meski periode magang penulis berakhir pada 10 Mei 2014, penulis masih terus terlibat dalam proyek tersebut, bahkan hingga saat penulisan Laporan Magang ini.

Sebagai *PA*, penulis mendapat perintah langsung dari kedua produser dan para petinggi *Amarta Pictures* yang juga bekerja sebagai kru film. Termasuk dari Alfrits J. Robert—*CEO* dan *CCO* perusahaan sekaligus sutradara film *Multiverse: The 13th Step*. Namun, Agus Puryanto (*COO* dan *Vice CEO*) lah yang berperan sebagai *Supervisor* atau Pembimbing Lapangan. Oleh karena itu, dengan adanya keterlibatan keempat profesional tersebut, banyak pengalaman serta ilmu yang didapatkan penulis selama Kerja Praktik Magang.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama bekerja magang di *Amarta Pictures*, tugas-tugas yang diembankan kepada penulis terkesan variatif karena berkaitan dengan beragam aspek atau departemen yang berbeda dalam sebuah pra-produksi film. Beberapa tugas bersifat primer dan mendesak, sementara lainnya lebih ringan atau tidak menjadi *main concern*.

Pada tabel berikut dapat dilihat bahwa penulis juga mengerjakan tugas-tugas yang normalnya berada di luar kuasa ataupun tanggung jawab *production assistant (PA)*. Hal ini disebabkan oleh usia *Amarta Pictures* yang masih muda, dan jumlah pekerja *in-house* yang mampu mengurus pra-produksi *Multiverse: The 13th Step* dengan intens masih terbatas. Karena itu, pemagang diharapkan dapat mengisi kebutuhan tersebut.

Tabel 3.1. Daftar Tugas Kerja Magang

Pekan	Tanggal	Tugas Yang Dilakukan
1.	10-14 Maret	Mencatat dan mendistribusikan <i>minutes of meeting (MOM)</i> tanggal 14 dan 17 Maret 2014 serta menyusun <i>contact list</i> kru <i>Multiverse: The 13th Step</i> .
2.	17-21 Maret	Membuat <i>MOM</i> tanggal 17, 19, dan 21 Maret 2014 serta mendesain <i>template</i> proposal barter untuk sponsor dan <i>media partner</i> .
3.	24-28 Maret	Membuat <i>MOM</i> tanggal 28 Maret 2014, mendesain proposal barter dengan sponsor dan <i>media partner</i> bersama tim <i>public relation</i> dan <i>marketing</i> (Tim <i>PRM</i>), serta melakukan <i>barter value breakdown</i> .
4.	31 Maret - 5 April	Membuat <i>MOM</i> tanggal 31 Maret 2014 dan tanggal 2, 4, 5 April 2014 serta <i>brainstorming</i> dan evaluasi naskah film.
5.	7-11 April	Membuat <i>MOM</i> tanggal 8 dan 10 April 2014, kop surat resmi <i>Amarta Pictures</i> , dan kalender khusus produksi film <i>Multiverse: The 13th Step</i> bulan April hingga Juni 2014.
6.	14-19 April	Melakukan survei ke lokasi <i>shooting</i> , juga mendesain <i>merchandise</i> berupa <i>T-Shirt</i> sebagai hadiah penyuka ke-100 <i>Facebook page</i> film <i>Multiverse: The 13th Step</i> .
7.	21-26 April	Memantau kerja <i>location manager</i> untuk dilaporkan hasilnya ke produser. Membuat <i>casting form</i> , melakukan survei, dan sewa studio untuk <i>open casting</i> . Kemudian mengoordinasi dan menemani peserta <i>casting</i> .
8.	28 April - 3 Mei	Membuat <i>production book</i> sebagai referensi desain visualisasi film <i>Multiverse: The 13th Step</i> , sebagai bagian dari proposal sponsor, dan juga laporan kepada investor. Membantu menghubungi <i>management</i> untuk mencari pemain, dan mengurus kontrak pemain.
9.	5-10 Mei	Mencatat dan mendistribusikan <i>weekly report</i> , membuat daftar karakter dalam film dan mengumpulkan referensi visual <i>makeup</i> karakter sebagai info untuk sponsor dari perusahaan kosmetik.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai kelanjutan atau penjelasan yang lebih terperinci dari pengalaman magang penulis di *Amarta Pictures*, berikutnya penulis uraikan pelaksanaan tugas-tugas yang tertera pada Tabel 3.1.

Minutes of meeting (MOM), proposal sponsor dan *media partner*, formulir dan pelaksanaan *casting*, serta *production book* adalah tugas-tugas primer yang penulis kerjakan. Keempat tugas tersebut pengerjaannya memakan waktu lama dan tanggung jawabnya besar bagi penulis. Oleh karena itu, keempat tugas tersebut dijabarkan secara terpisah dan cukup detil. Sementara, tugas-tugas berbobot lebih ringan digabungkan dalam bahasan berjudul “Tugas Lainnya”.

3.3.1. *Minutes of Meeting*

Pada masa awal magang, yaitu permulaan pra-produksi film *Multiverse: The 13th Step*, pekerjaan yang dipikul penulis belum begitu variatif. Pekerjaan pertama dan utama adalah mencatat detil rapat kru film, mendokumentasikannya secara digital, dan mendistribusikannya lagi kepada kru lewat *e-mail*.

Catatan rapat ini disebut *minutes of meeting* atau *MOM*, dan berfungsi sebagai *reminder* untuk semua kru. Dalam *MOM*, tercatat pekerjaan apa saja yang telah dilakukan dan belum dilakukan kru. Tercatat pula ide-ide yang didapatkan saat rapat untuk dipertimbangkan dan diaplikasikan dalam penyelesaian tugas berikutnya. Penulis juga menyertakan nama *PIC (person in charge)* atau penanggung jawab untuk setiap tugas beserta *deadline*-nya. Bisa disimpulkan, *MOM* ada untuk memastikan tidak ada langkah penting yang terlupakan.

Dari pencatatan *MOM* ini, penulis dapat mengobservasi tugas dan sistem kerja semua anggota kru film. Terutama mengobservasi anggota yang selalu hadir, yang sebagian besarnya merupakan kepala departemen-departemen produksi film. Di samping itu, membuat *MOM* juga memudahkan penulis untuk mengenali dan membaur dengan seluruh kru.

Dalam setiap rapat, penulis mencatat diskusi secara manual dengan pena dan buku kecil. Cara ini memudahkan penulis mencoret info yang salah, menghubungkan info yang saling terkait namun dibahas terpisah, dan info yang terdengar selewat saja. Sayangnya, gaya pencatatan bebas itu membuat buku penulis terlihat berantakan dengan goretan-goretan tulisan dan panah yang rumit. Karena itu—meski tugas ini terkesan sederhana—sekitar enam jam sehari dihabiskan penulis untuk merapikan dan mengetik setiap *MOM* kemudian.

Seiring waktu, format *MOM* yang diketik pun semakin rapih. Isinya juga semakin padat. Hal tersebut dapat dilihat pada dua contoh *MOM* yang terlampir dalam Laporan Magang ini. Pada *MOM* tanggal 28 Maret 2014, pembahasan rapat dikelompokkan ke dalam topik-topik utama, kemudian disertakan rencana tindak lanjut beserta *deadline* dan penanggung jawabnya. Bahasa dalam *MOM* tersebut dinilai penulis belum tepat. Terdapat catatan berbunyi “*note* dari Frits” dan sebagainya yang tidak formal. Pada *MOM* tanggal 4 hingga 5 April 2014, gaya bahasa tadi diperbaiki agar lebih *straightforward*—langsung ke inti bahasannya. Diskusi umum rapat kru dengan investor disatukan dalam tabel. Lalu masalah-masalah di dalamnya diberikan rencana tindak lanjut, *deadline*, dan *PIC* (penanggung jawab) sesuai departemen-departemen kru yang bersangkutan.

3.3.2. Proposal Sponsor dan *Media Partner*

Tugas besar kedua yang diberikan adalah membuat proposal untuk calon sponsor dan *media partner*. Meski tugas ini tidak biasanya dilakukan oleh seorang *PA*, penulis mengajukan diri untuk membantu, karena pada saat itu *Amarta Pictures* belum memiliki tim khusus *public relation* dan *marketing* (Tim *PRM*).

Walau begitu, baik pihak *Amarta Pictures* maupun penulis paham bahwa proposal ini bukan perkara mudah. Maka, penulis kemudian bekerjasama dengan tiga orang profesional di bidang *public relation* dan *marketing* untuk mendesain proposal. Dengan bantuan ketiga orang profesional tersebut, *Amarta Pictures* pun mendapatkan berbagai koneksi untuk diajak bekerjasama dalam bentuk barter.

Meski *layout* sama, konten setiap proposal sedikit berbeda. Bersama Tim *PRM*, penulis mendesain halaman “Barter” khusus untuk masing-masing target. Semakin besar *value* (nilai) yang diminta *Amarta Pictures*, semakin banyak pula *benefit* (manfaat) yang diberikan kepada target. Karena, di dalam barter, hal yang perlu dipastikan adalah keseimbangan *value* yang diberikan kedua belah pihak. Keseimbangan ini tidak dilihat dari kesamaan jumlahnya, melainkan kesamaan *value* ketika *benefit* diuangkan. Misalnya, bila pihak A memberikan XX seharga 5 rupiah, maka pihak B harus memberikan YY seharga 5 rupiah juga.

Selain itu, barter tersebut harus memiliki fungsi yang krusial bagi kedua pihak. Jika *Amarta Pictures* ingin berita mengenai filmnya naik ke sebuah media cetak sebagai topik utama, maka harus memberikan akses kepada media tersebut untuk meliput proses *shooting* atau melakukan wawancara eksklusif dengan para

cast, misalnya. Bila hal tersebut belum menutupi biaya yang dikeluarkan media untuk mencetak dan mendistribusikan beritanya (seperti yang diketahui lewat *rate card* media yang bersangkutan), *Amarta Pictures* harus menambahkan *benefit* lain yang bisa memenuhi *value* tersebut. Contohnya dengan menyertakan logo media tersebut pada *credit title* atau poster film.

Untuk membantu memahami hal-hal tersebut di atas, penulis melampirkan tabel daftar paket *benefit* yang ditawarkan *Amarta Pictures* kepada calon-calon *media partner*. Termasuk daftar *benefit* yang—sebagai bentuk barter—diberikan oleh calon-calon *media partner* kepada *Amarta Pictures*. Satu proposal untuk calon sponsor juga telah dilampirkan dalam Laporan Magang ini. Namun, angka *value* sayangnya tidak bisa dicantumkan karena bersifat rahasia. Hal ini telah disepakati oleh perusahaan dan para calon *media partner*.

Sejauh ini, sembilan calon sponsor dan tujuh calon *media partner* telah dikirimkan proposal oleh penulis dan Tim *PRM* (*public relation* dan *marketing*). Tim *PRM* menargetkan minimal tiga sponsor untuk meringankan *budget* produksi lewat barter jasa dan produk. Kemudian minimal satu *media partner* dari masing-masing jenis media seperti radio, TV, dan majalah. Dengan catatan, lebih dari satu sponsor atau *media partner* dalam kategori yang sama tidak boleh bersaing.

Jika Tim *PRM* telah bekerjasama dengan majalah remaja A sebagai *media partner*, maka tak boleh bekerjasama juga dengan majalah B yang target pasarnya serupa. Jika Tim *PRM* lalu bekerjasama dengan majalah C yang target pasarnya berbeda (e.g. pecinta film), maka diperbolehkan. Begitu juga dengan sponsor. Tim

PRM tidak boleh menggunakan dua produk *notebook* dari dua perusahaan yang bersaing secara *head to head*. Hal ini dilakukan demi menjaga sifat eksklusif dan saling menguntungkan dari barter yang dilakukan Tim *PRM* dengan sponsor atau media. Jika hal ini dilanggar, kerugiannya jangka panjang. Baik *Amarta Pictures* maupun Tim *PRM* akan kehilangan kepercayaan dan dukungan calon sponsor dan media partner tersebut.

Selain membuat dan mengirimkan proposal, penulis juga ditugaskan untuk menemani Tim *PRM* bertemu langsung dengan perwakilan-perwakilan dari calon sponsor. Sementara, *media partner* ditemui sendiri oleh Tim *PRM*. Penulis ikut dalam dengan *Martha Tilaar* serta *Body and Soul* sebagai calon sponsor kosmetik dan pakaian. Pertemuan tersebut berguna untuk memperkenalkan *Amarta Pictures* dan film *Multiverse: The 13th Step* lebih jauh, mendiskusikan rencana kerjasama secara detail, serta melakukan penawaran-penawaran atau mencari solusi bila ada ketentuan perjanjian kerjasama yang belum disepakati kedua belah pihak.

3.3.3. Formulir dan Pelaksanaan *Casting*

Pada tanggal 24 dan 26 April 2014 dilakukan *open casting* untuk film *Multiverse: The 13th Step*. Namun, *casting* pertama yang diadakan di kantor *Amarta Pictures* hasilnya kurang memuaskan karena banyak peserta yang merasa sulit bepergian ke daerah Serpong. Maka, *casting* kedua diadakan di Kreasi Studio, Fatmawati, yang memang biasa disewakan untuk *casting*. Penulis diutus mengunjungi Kreasi Studio terlebih dulu untuk mereservasi tempat.

Sebelumnya, empat *supporting cast* profesional telah didapatkan melalui penyaringan koneksi. Mereka adalah Ari Wibowo, Olga Lydia, Olivia Jensen, dan Agastya Kandou. Sebab itu, *open casting* dilakukan untuk menemukan pemeran utama dan *supporting cast* lainnya dari kalangan pemula, agar ada wajah-wajah baru yang memberikan keunikan pada film *Multiverse: The 13th Step*.

Tugas penulis adalah membuat formulir untuk diisi data diri lengkap para peserta *open casting*. Penulis juga lah yang menemani para peserta menunggu giliran dan mengatur ketertiban selama *casting* berlangsung. Hasilnya, proses *open casting* yang cenderung singkat tersebut memberikan pengalaman berharga bagi penulis. Meski hanya segelintir yang lolos *casting*, masing-masing peserta memberikan luapan energi positif. Jumlah peserta yang melebihi perkiraan pun membuat penulis berkesempatan mengenali bermacam latar belakang, motivasi, potensi, dan gaya berakting. Data yang terkumpul dari formulir juga menjadi aset bagi *Amarta Pictures* dan penulis, karena suatu saat nanti mungkin dibutuhkan. Beberapa peserta yang tak lolos juga bisa diajak bermain sebagai figuran.

Karena lebih efektif—usai *open casting*—penyaringan koneksi kembali dilakukan. Tetapi, penyaringan kali ini tidak untuk pemain profesional, melainkan tetap dalam rangka mencari para pemula yang berbakat. Penulis pun membantu produser dan *talent coordinator* menghubungi calon *cast* lewat *management* atau *agency*. Para nominator lalu diaudisi secara terpisah di kantor *Amarta Pictures*, dan prosesnya berlangsung dari April hingga Mei 2014.

3.3.4. *Production Book*

Ada tiga manfaat atau kegunaan utama dari *production book* yang penulis buat. Pertama, sebagai referensi visual bagi seluruh *crew* yang terlibat pra-produksi dan produksi film *Multiverse: The 13th Step*. Kedua, sebagai laporan kepada investor mengenai perencanaan produksi film tersebut dan visualisasi yang akan dicapai. Ketiga, sebagai bagian dari proposal untuk calon sponsor.

Tabel 3.2. Detil Isi *Production Book*

Topik Besar	Konten	Halaman
<i>Cover.</i>	Poster film, judul <i>production book</i> , dan logo perusahaan.	1
Pengenalan perusahaan.	Filosofi dan impian <i>Amarta Pictures</i> .	2-3
Pengenalan film.	Spesifikasi genre, kategori, tema, bahasa, dan sinopsis film.	4-5
Pengenalan kru.	Profil singkat berisi nama, jabatan, dan pengalaman kru utama film.	6-10
Pengenalan <i>cast</i> dan karakter (peran).	Foto keluarga Raharja dan Hendrawan serta nama asli dan nama peran.	11-13
	Foto, nama asli, dan nama peran teman-teman Farrel Hendrawan.	14
Pengenalan <i>set</i> atau lokasi <i>shooting</i> .	Foto <i>set</i> yang telah didapatkan dan referensi visual <i>set</i> yang akan dibangun.	15-27
Warna serta <i>mood</i> .	Referensi warna (diagram) dari <i>art director</i> dan <i>director of photography</i> untuk setiap lokasi dalam film.	28-33
<i>Product placement</i> .	Ilustrasi adegan (<i>storyboard</i>) film untuk mengiklankan produk sponsor tertentu.	34-36
Kontak dan logo-logo <i>media partner</i> .	Nomer telepon dan <i>e-mail</i> Tim PRM serta logo semua <i>media partner</i> yang telah sepakat bekerjasama.	37

Salah satu isi *production book* yang terpenting adalah profil kru utama yang mengepalari departemen-departemen produksi film *Multiverse: The 13th Step*. Walau dengan format sederhana, penulis memastikan profil ini memuat informasi proyek-proyek film lain yang dihasilkan kru utama. Fungsinya untuk meyakinkan investor dan calon sponsor bahwa trilogi *Multiverse* berada di tangan ahli.



Gambar 3.1. Profil Kru Utama *Multiverse: The 13th Step*

Selain itu, beberapa lembar halaman didedikasikan khusus untuk memperkenalkan para *cast* beserta nama tokoh yang dimainkan. Dan, karena salah satu tema film *Multiverse: The 13th Step* adalah komunikasi dalam rumah tangga, ada dua keluarga yang menjadi sorotan utama. Yaitu, keluarga Farrel Hendrawan dan Diana Raharja. Sebagai contoh, berikut ini adalah *family tree* yang memperlihatkan kemiripan para pemeran anggota keluarga Raharja:



Gambar 3.2. Pengenalan *Cast* dan Nama Peran

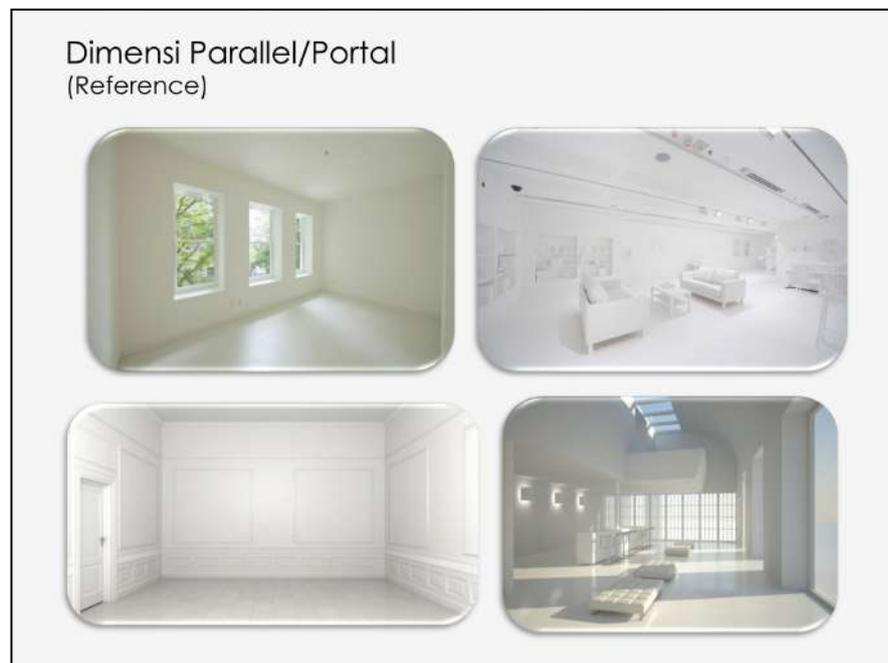
Telah disebutkan sebelumnya bahwa *production book* yang penulis buat juga berfungsi sebagai referensi visual bagi kru film—terutama untuk departemen *art* dan kamera yang berurusan dengan desain *looks* atau tampilan dari film. Di sini, tugas penulis adalah merangkai gambar-gambar untuk menginspirasi desain. Sebelum itu, dilakukan diskusi dengan sutradara untuk memastikan gambar yang terkumpul akan sesuai atau mirip dengan konsep yang diinginkan.

Dalam kondisi ideal, departemen *art* memiliki kru khusus yang bertugas membuat kolase referensi visual atau *mood board*. Tidak jarang, sang *art director* atau *production designer* sendiri yang melakukannya. Namun, kali ini *PA* diberi amanah tersebut sembari menunggu rekrutmen (*outsourcing*) tim *art*. Dengan begitu, referensi visual dapat dipresentasikan kepada investor dan calon sponsor lebih dulu. Terakhir, baru lah diserahkan kepada tim *art* untuk dievaluasi.

Berikut adalah dua contoh referensi visual yang penulis buat:



Gambar 3.3. Referensi Visual Kamar Farrel

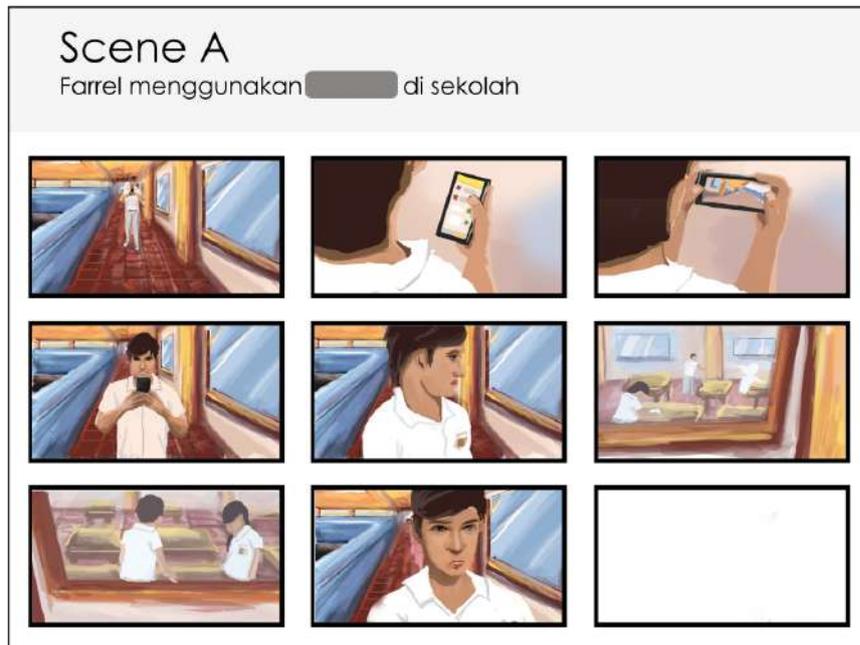


Gambar 3.4. Referensi Visual Dimensi Portal

Tokoh utama film *Multiverse: The 13th Step* adalah siswa SMA bernama Farrel Hendrawan. Meski sikapnya tenang dan cuek, Farrel berasal dari keluarga harmonis. Sebelum pindah rumah, gitar akustik Farrel ditandatangani sahabat-sahabat dari SMA lamanya sebagai kenangan dan *encouragement* untuk cita-cita Farrel menjadi musisi. Berangkat dari deskripsi itu, penulis membuat kolase pada Gambar 3.3. sebagai referensi kamar Farrel. Warna biru dan hitam mewakili sifat Farrel, sementara merah dan coklat kayu mewakili kehangatan keluarganya.

Dalam film *Multiverse: The 13th Step*, Farrel tidak sengaja berpindah ke dimensi portal, yaitu dimensi di antara dua dunia yang serupa tapi tidak sama. Farrel dari dunia A harus melewati dimensi portal untuk sampai ke dunia B, dan begitu sebaliknya. Dalam naskah, dimensi portal dideskripsikan tak berpenghuni, dengan bentuk sama persis dengan dunia A atau B. Perbedaannya, bangunan dan furnitur di dimensi portal tidak bertekstur, berpola, ataupun berwarna. Sebab itu, Gambar 3.4. memperlihatkan kolase ruangan-ruangan serba putih yang kontras dengan kamar Farrel. Seperti itu lah dimensi portal di benak penulis.

Dalam *production book* juga disertakan *two-dimensional (2D) storyboard* untuk memberi gambaran pengadeganan iklan produk dalam film kepada calon sponsor. Namun, *storyboard* tidak dibuat oleh penulis, melainkan oleh Dave Airel Benson, sang *storyboard artist*. Diharapkan, *storyboard* dapat mengedukasi calon sponsor mengenai konsep *soft-selling* yang digunakan *Amarta Pictures*. Produk dari calon sponsor tidak disertakan dalam adegan tanpa sebab. Bahkan, kaitannya cukup erat dengan alur cerita. Maka, meski tidak banyak *shot* yang didedikasikan untuk beriklan, penonton akan memahami fungsi produk tersebut.



Gambar 3.5. Ilustrasi Adegan *Product Placement*

Secara umum, menyusun *production book* untuk film *Multiverse: The 13th Step* merupakan suatu keuntungan tersendiri bagi penulis. Karena, di masa depan, baik *template* maupun kontennya dapat dijadikan contoh untuk membuat perencanaan proyek film-film penulis berikutnya. *Production book* dalam format cetak ataupun digital juga dapat digunakan untuk mencari sponsor dan investor, atau untuk dijual kepada masyarakat sebagai koleksi setelah film rilis di bioskop.

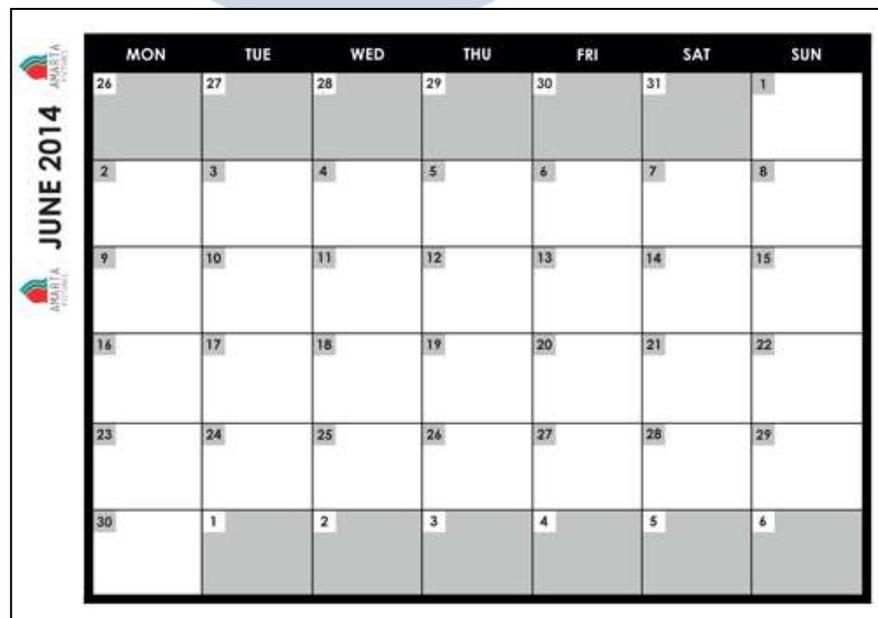
3.3.5. Tugas Lainnya

Berikut ini adalah lima tugas yang sifatnya lebih ringan dibandingkan empat tugas sebelumnya. Beberapa tugas disebut ringan karena dapat dikerjakan dalam waktu yang cenderung singkat. Sementara, tugas lainnya memakan waktu cukup lama, tapi tanggung jawab tidak dititikberatkan pada penulis sebagai *PA*.

3.3.5.1. Desain Kop Surat, Kalender, dan T-shirt

Untuk memenuhi kebutuhan Tim *PRM* dalam berbalas surat dengan calon sponsor dan *media partner*, penulis ditugaskan membuat kop surat resmi *Amarta Pictures*. Di masa mendatang, kop surat ini juga akan digunakan perusahaan untuk berbagai keperluan lain.

Penulis lalu ditugaskan membuat kalender berukuran besar khusus bulan Maret hingga Juni 2014 untuk *Amarta Pictures*. Kalender tersebut kemudian dicetak, dipajang pada dinding kantor, dan ditemplei dengan *sticky notes* berisi agenda-agenda produksi film *Multiverse: The 13th Step* sebagai *reminder* untuk semua kru.



Gambar 3.6. Kalender *Amarta Pictures*

Sebagai salah satu strategi promosi, film *Multiverse: The 13th Step* memiliki *Facebook fanpage* yang memuat berbagai informasi mengenai produksi film tersebut. *Amarta Pictures* ingin penyuka ke-100 *fanpage* ini diberikan *merchandise* gratis. Namun, belum ada desainer grafis dalam tim perusahaan. Penulis pun membantu mendesain alternatif *merchandise* berupa *T-shirt* untuk digunakan apabila perusahaan tidak mendapatkan desainer grafis dalam tenggang waktu yang ditentukan. Beruntung, pada akhirnya, perusahaan mendapat bantuan dari seseorang yang lebih ahli.



Gambar 3.7. Desain *T-shirt* Sederhana

3.3.5.2. Evaluasi Naskah

Memasuki April 2014, penulis melakukan *brainstorming* dengan Tim Kreatif untuk mengevaluasi dan mengoreksi naskah. Proses ini pun berlangsung cukup lama, hingga Alfrits John Robert selaku sutradara dan pemilik ide cerita serta Vonny Kanisius selaku *screenwriter* akhirnya telah cukup puas dengan plot dan visualisasi dalam naskah.

Proses kreasi naskah ini normalnya tentu juga di luar ranah seorang *PA*. Namun begitu, untuk mengumpulkan inspirasi, penulis dan beberapa orang kru yang rutin ke kantor diminta memberikan ide atau *feedback* mengenai berbagai aspek naskah film *Multiverse: The 13th Step*. Hal ini diperlukan karena waktu *shooting* semakin dekat—hanya tersisa beberapa pekan lagi untuk menyelesaikan pra-produksi, sementara masih ada *plot hole* dan adegan yang kurang berkesan dalam naskah.

3.3.5.3. Survei Lokasi

Tanggal 19 April 2014, tim kecil *Amarta Pictures* yang terdiri dari *COO*, produser, sutradara, *sound designer*, Tim *PRM*, dan penulis melakukan survei lokasi rumah tua mewah di daerah Pondok Labu. Namun, rumah itu tidak jadi digunakan karena kurang terawat.

Memasuki Mei 2014, survei tak lagi dilakukan oleh tim kecil tadi, melainkan oleh seorang *location manager* dan rekannya. Penulis bertugas memeriksa perkembangan survei kedua kru tersebut dan melaporkan data hasil survei berupa foto, alamat, serta harga kepada produser.

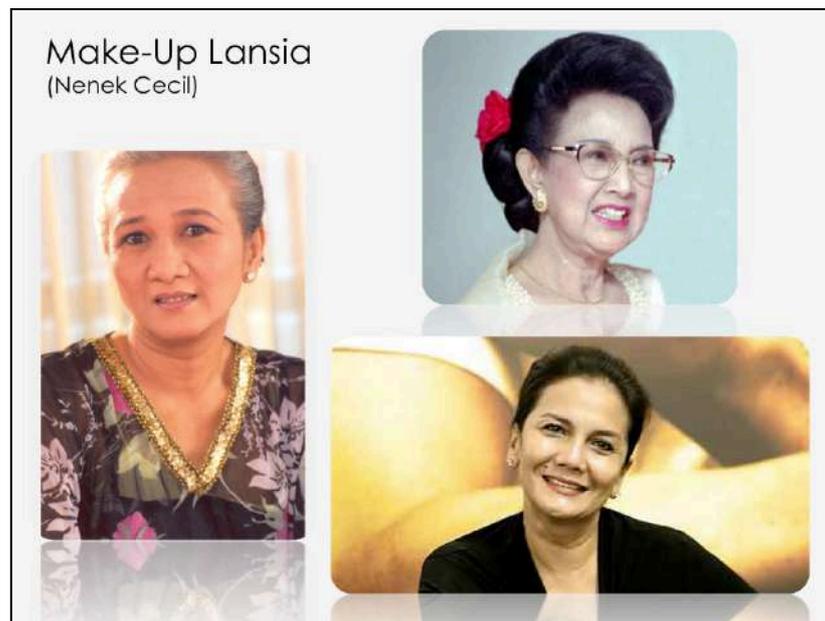
3.3.5.4. *Weekly Report*

Seperti *MOM*, *weekly report* merupakan catatan rapat serta perkembangan harian pra-produksi film *Multiverse: The 13th Step*. Namun, konten *weekly report* lebih singkat dan padat karena merangkum segala informasi dan hal yang dilakukan kru setiap minggu. Sebagai contoh, format *weekly report* telah dilampirkan dalam Laporan Magang ini.

Membuat reportase mingguan tersebut bisa dikatakan merupakan inisiatif penulis. Dengan semakin dekatnya tanggal *shooting* dan sedikitnya jumlah kru, ada banyak hal yang harus dikerjakan secara bersamaan. Maka, *weekly report* digunakan untuk menghemat waktu, sehingga penulis dapat meneruskan mencatat rincian perkembangan pra-produksi sambil mengerjakan bermacam tugas lainnya.

3.3.5.5. Referensi *Makeup* Karakter

Amarta Pictures perlu bekerjasama dengan sebuah perusahaan kosmetik untuk mendapatkan produk *makeup* dan SDM berupa *makeup artist* guna mengurangi biaya produksi. Maka, penulis menyiapkan referensi visual *makeup* karakter-karakter utama dan pendukung (bukan figuran) dari film *Multiverse: The 13th Step*. Referensi visual ini adalah permintaan langsung dari calon sponsor kosmetik, dengan tujuan melihat kesesuaian fungsi dan citra produk-produknya dengan kebutuhan film.



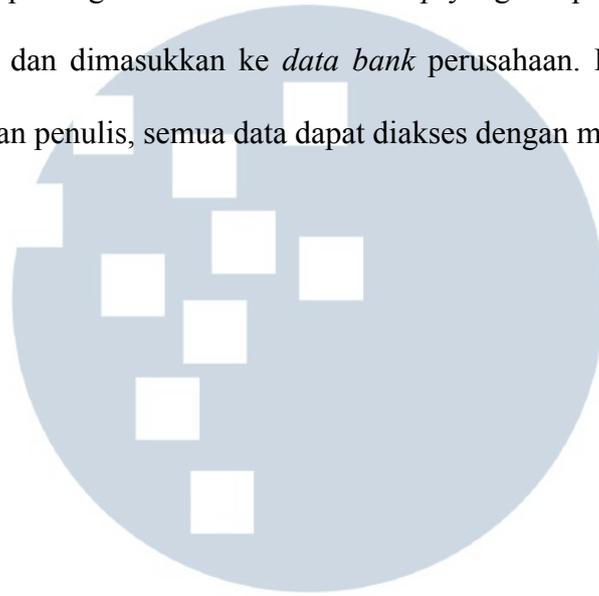
Gambar 3.8. Referensi *Makeup* Karakter Lansia

Seperti dicontohkan pada referensi untuk Nenek dari tokoh Cecil—teman SMA Farrel, penulis memastikan *makeup* terlihat alami atau tidak berlebihan. Variabel yang diperhitungkan penulis ketika mengumpulkan foto referensi *makeup* adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, kepribadian, dan situasi dalam adegan di mana karakter muncul.

3.4. Kendala dan Solusi

Ada beberapa hal yang menjadi kendala saat penulis magang sebagai *production assistant (PA)* di *Amarta Pictures*. Jam kerja yang panjang dan jadwal yang tidak menentu menyebabkan penulis kesulitan menemukan waktu luang untuk membuat Laporan Magang. Karena, pekerjaan dan tanggung jawab sebagai *PA* dalam film *Multiverse: The 13th Step* berlanjut melebihi periode magang.

Mendekati *deadline* pengumpulan, penulis memutuskan izin cuti selama dua pekan untuk mengerjakan Laporan Magang. Sebelum cuti, penulis memastikan semua tugas yang terakhir diberikan kepada penulis telah diselesaikan. Lalu, berkas-berkas penting *Multiverse: The 13th Step* yang ada pada penulis diduplikasi secara digital dan dimasukkan ke *data bank* perusahaan. Dengan begitu, walau tanpa kehadiran penulis, semua data dapat diakses dengan mudah jika diperlukan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA