

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri periklanan merupakan salah satu sektor kreatif yang mengalami pertumbuhan pesat, seiring meningkatnya kebutuhan berbagai merek dan perusahaan untuk mempromosikan produk maupun layanan mereka melalui beragam media. Dalam proses produksi iklan, peran *Director of Photography* (DoP) memegang peranan krusial dalam menciptakan tampilan visual yang menarik, artistik, serta selaras dengan konsep kreatif yang telah dirancang. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media, konsep digital *filmmaking* semakin memainkan peranan penting dalam industri ini. Proses pengambilan gambar secara digital tetap dianggap sebagai bagian integral dari pembuatan film, termasuk dalam produksi iklan (Bordwell, Thompson, & Smith, 2020).

Pada dasarnya, iklan dapat dikategorikan sebagai bentuk film pendek karena menggunakan prinsip-prinsip sinematografi, penyutradaraan, pencahayaan, dan teknik penyuntingan dalam menyampaikan pesan secara visual. Berkat kemajuan teknologi digital, iklan kini dapat diproduksi dengan kualitas tinggi menggunakan kamera digital, *Computer-Generated Imagery* (CGI), dan efek visual lainnya, sehingga memungkinkan terciptanya konten yang lebih fleksibel dan kreatif (Bordwell, 2020).

Departemen kamera dalam produksi visual dipimpin oleh seorang DoP yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan tampilan visual dan gaya estetika dalam film, televisi, video musik, maupun iklan (Brown, 2016). Seorang DoP mengatur berbagai aspek teknis seperti pemilihan sudut pengambilan gambar, pencahayaan, serta komposisi visual, dan harus selalu mengikuti perkembangan teknologi di dunia perfilman (Wood, 2017).

Dalam konteks industri periklanan, produksi video digital menekankan pada penciptaan konten yang menarik dan relevan (Kotler, 2019). Oleh karena itu, peran departemen kamera sangat penting dalam menghasilkan visual berkualitas tinggi,

melalui pengambilan keputusan strategis mengenai pemilihan kamera, lensa, aksesoris, dan pencahayaan yang sesuai untuk menciptakan iklan yang efektif sekaligus estetis.

Berdasarkan pemahaman tersebut, penulis berupaya mencari tempat magang yang dapat memberikan ruang belajar dan pengalaman langsung di departemen kamera. Melalui program Magang Kampus Merdeka, penulis memperoleh kesempatan untuk menjalani magang di salah satu perusahaan penyewaan alat kamera dan pencahayaan yang kerap bekerja sama dengan berbagai sinematografer, yaitu Cen Rental, yang pernah menjalin kolaborasi dengan DoP industri ini, Evantri.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dengan tujuan memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara, penulis mengikuti program kerja magang. Melalui mata kuliah magang yang diambil penulis dan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Selain itu, penulis yang telah mengikuti kelas selama 6 semester ingin mempelajari ilmu di lapangan serta ikut terlibat langsung dalam produksi iklan yang berbasis audiovisual di industri Indonesia. Selanjutnya, penulis ingin melatih *skill* komunikasi antar kru di lapangan, ketelitian dalam departemen kamera, dan cara penyelesaian masalah yang efektif. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis, melaksanakan magang dengan DoP profesional seperti Evantri, penulis dapat mempelajari hal-hal yang disebutkan diatas.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Setelah penulis mencari tahu lebih dalam terhadap beberapa nama DOP komersil yang ada di Indonesia, beberapa kali juga sempat mengirim pesan melalui Instagram kepada beberapa DoP, namun belum mendapatkan kesempatan untuk magang. Melalui senior yang sebelumnya mengikuti program magang dan sekarang telah menjadi asisten kamera Evantri, penulis mendapat rekomendasi untuk bekerja dibawah bimbingan Evantri. Setelah bertemu tatap muka dengan Evantri dan

asisten kameranya, Hendra Wijaya di bulan Desember 2024, penulis melakukan perjanjian untuk memulai magang di bulan Januari 2025.

Setelah itu, penulis melakukan pengisian form MBKM 01 di *website* merdeka.umn.ac.id yang menjadi kewajiban, berisikan Perusahaan tempat magang dan Evantri selaku DOP yang membimbing secara umum. Setelah proses registrasi disetujui oleh PIC dan Kepala Departemen (HOD) MBKM Magang, penulis mengirimkan surat persetujuan serta surat penerimaan magang yang diperoleh dari perusahaan. Tahap yang dilakukan selanjutnya oleh penulis adalah mengunggah form MBKM 02 berserta data lainnya yang harus dilengkapi dalam form tersebut. Pelaksanaan kerja magang penulis tertulis dari Januari 2025 sampai akhir Mei 2025. Dengan proyek pertama yang dilakukan merupakan *TVC* Toyota Agya, dimana penulis menjadi asisten kamera dua.

Prosedur pelaksanaan magang dalam tim kamera Evantri diawali dari tahap pra-produksi. Penulis ikut serta *Pre Production Meeting* (PPM) untuk beberapa *shooting* yang kompleks secara teknis, penulis juga mengikuti Evantri *recce* dan mencatat kebutuhan tim kamera pada hari *shooting*. Mendekati hari *shooting* penulis melakukan cek alat bersama asisten kamera 1 dan melakukan cek lokasi untuk memastikan semua hal untuk *shooting day* berjalan lancar. Selanjutnya, pada hari *shooting* penulis menjadi asisten kamera 2, yang membantu tim kamera seperti penataan alat, pergantian lensa, pergantian baterai, *support* HOD, pencatatan *report* kamera, serta di beberapa produksi menjadi *clapper*.

Prosedur kerja magang tersebut memiliki tujuan untuk membantu pemahaman penulis mengenai proses kerja seorang DOP komersial dalam pembuatan sebuah karya berbentuk *TVC*. Durasi kerja magang di tim kamera Evantri bersifat fleksibel karena menyesuaikan dengan jadwal. Proses *shooting* untuk proyek iklan di tim kamera Evantri biasanya berlangsung antara 16 hingga 20 jam dalam rentang waktu 1 hingga 3 hari. Sementara itu, kegiatan magang lainnya seperti *recce* dapat memakan waktu antara 4 hingga 12 jam, bergantung pada kompleksitas proyek dan waktu yang dibutuhkan untuk berpindah antar lokasi, terutama jika melibatkan lebih dari satu tempat.