

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **1.1 Penegasan Judul**

Judul Laporan Tugas Akhir ini adalah Peran Produser dalam Manajemen Produksi Video Promosi LIQUID GROUP Yogyakarta.

a. Peran

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) yang dimiliki oleh seseorang, sedangkan status merupakan sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang apabila seseorang melakukan hak – hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi.

Peran menurut Soekanto (2009:212-213) adalah proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya.

b. Produser

Barnwell (2008) mengatakan bahwa produser adalah seseorang yang mengerjakan sebuah proyek pembuatan video dari awal proses hingga video itu terlahir. Hal – hal yang dikerjakan oleh produser dimulai dengan mengkoordinasikan setiap departemen juga mengawasi segala sesuatu yang bersangkutan dengan proyek tersebut. Salah satu yang dikendalikan oleh produser dalam mengerjakan sebuah proyek adalah anggaran. Anggaran ini dapat menjadi acuan untuk melihat skala besar kecilnya proyek pembuatan video yang sedang di kerjakan oleh produser.

Menurut Ryan (2010) Produser adalah seorang yang bertanggung jawab atas terciptanya sebuah video. Produser merupakan orang yang bertanggung jawab atas proyek pembuatan video secara keseluruhan. Ia yang mengatur, mengkoordinasi, dan mengawasi setiap departemen dalam sebuah proyek agar semua dapat saling terhubung satu sama lain tanpa adanya miskomunikasi.

Tanggung jawab ini dilakukan dari awal proses pembuatan video, hingga pasca produksi. Salah satu tanggung jawab seorang produser adalah mengatur pengeluaran sebuah anggaran agar dapat sesuai dengan hal – hal yang dibutuhkan untuk proyek pembuatan video yang sedang di kerjakannya.

DiZazzo (2004:9) berpendapat bahwa tugas seorang produser adalah mengelola suatu proyek pembuatan video. Produser adalah yang menyetujui segala aktifitas, ide, dan juga kebutuhan dari setiap departemen produksi proyek pembuatan video tersebut. Hal – hal yang disetujui dan tidak di setujui oleh seorang produser dapat berupa lokasi, aktor, peralatan artistic, perencanaan visual, dan kebutuhan lainnya untuk memenuhi kebutuhan setiap departemen dalam proyek pembuatan video tersebut. Selain mengkoordinasi proyek pembuatan video tersebut, produser juga merupakan penghubung antara klien dan sutradara. Tugas ini sangat penting dilakukan, untuk menyatukan visi klien dengan sutradara yang akan mengerjakan proyek pembuatan video.

#### c. Manajemen Produksi

Manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, penerapan/pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain (Suprpto, 2009:121). Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.

Produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Kegiatan tersebut dalam ekonomi biasa di nyatakan dalam fungsi produk, Fungsi produk menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu. (Sugiarto, dkk, 2002 : 202).

Manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan megkoordinasi penggunaan sumber sumber daya berupa sumber daya manusia, alat, serta sumber daya lain secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah nilai guna suatu barang atau jasa (Assauri, 2004:12). Sedangkan menurut Herjanto (2004:2) Manajemen produksi sebagai suatu proses yang

berkesinambungan yang efektif menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan.

Manajemen produksi Iklan adalah penerapan fungsi-fungsi dasar manajemen yaitu Perencanaan / Planing, Pengorganisasian / Organizing, Pelaksanaan / Actuating, Pengawasan/Controlling (POAC) pada suatu aktifitas atau kegiatan produksi iklan pada sebuah media dengan mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya yang ada seperti kru-kru yang ikut serta dalam proses produksi iklan ataupun komponen-komponen pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk memproduksi pesan/iklan tersebut melalui perubahan-perubahan yang diawali dari masukan (sponsor/pengiklan) menjadi keluaran (iklan/promo) sesuai jenis iklan yang dimaksud dengan tujuan untuk mendukung pemasaran suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan.

d. Iklan.

Iklan memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi tentang penawaran produk, gagasan dan jasa. Keberasaan suatu barang atau jasa diketahui konsumen lewat iklan. Iklan berusaha memberikan informasi tentang keunggulan, kelebihan, manfaat dan sifat yang diberikan barang, jasa atau gagasan yang dimaksudkan atau diajurkan.

Disisi lain iklan merupakan alat persuasi agar konsumen membeli atau menggunakan barang, jasa atau gagasan tersebut. Berbeda dengan sebuah berita surat kabar, iklan tidak sekedar menyampaikan informasi tentang suatu benda atau jasa, tetapi mempunyai sidat “mendorong” dan “membujuk” agar orang menyukai, memilih, dan kemudian membelinya.

Dilihat dari tujuannya, ada beberapa jenis iklan, yakni : Iklan Bisnis (Comercial Advertising), Corporate Advertising, dan Public Service Advertising. (istanto, 2004 :4).

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Definisi Iklan

Iklan adalah berita atau pesan untuk membujuk dan mendorong orang agar tertarik pada barang ataupun jasa yang ditawarkan, iklan biasa dipromosikan melalui media periklanan seperti, televisi, radio, koran, majalah, internet dll. Iklan mengandung pemberitahuan kepada masyarakat dan bersifat mempengaruhi pembaca agar melakukan apa yang dikehendaki. Iklan tidak terbatas pada produk, melainkan juga pada informasi, ajakan atau seruan untuk melakukan suatu hal. Seperti contohnya ajakan untuk menanam pohon atau menjauhi narkoba.

Kata iklan (advertising) berasal dari bahasa Yunani, yang artinya kurang lebih adalah menggiring orang pada gagasan. Adapun pengertian iklan secara komprehensif adalah semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu. Secara umum, iklan berwujud penyajian informasi nonpersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu. Dengan demikian, iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.

Menurut Fandy Tjiptono (2005) Pengertian iklan menurut Fandy Tjiptono merupakan bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada keterangan tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menyebabkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.

Menurut Dunn dan Burbank (2007) Pengertian iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi nonpersonal yang disampaikan melalui media untuk menyampaikan pesan yang bersifat persuasif atau membujuk kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga nonkomersial, juga pribadi yang berkepentingan.

### 1.2.2. Jenis – Jenis Iklan Berdasarkan Sifatnya

#### a. Iklan Layanan Masyarakat

Jenis iklan layanan masyarakat biasanya di buat oleh instansi atau lembaga. Biasanya isinya tentang sosialisai mengenai suatu hal kepada masyarakat. Selain di tayangkan di televisi iklan layanan masyarakat bisa juga kita dapati ketika petugas dari instansi terkait melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat yang biasanya diselenggarakan di balai desa misalnya. Bisa juga sosialisai tentang anti narkoba yang biasanya di selenggarakan di sekolahan, pemateri akan memutarakan video iklan layanan masyarakat sebelum memulai menyampaikan materinya. Biasanya bentuk iklannya berbentuk video baik video biasa maupun motion graphic ataupun film pendek.

#### b. Iklan niaga

Adalah iklan yang dibuat dengan tujuan agar orang tertarik untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan. contohnya iklan indomie, sprite, sajiku, iklan kendaraan dll.

#### c. Iklan Pengumuman atau Pemberitahuan

Adalah iklan pengumuman atau pemberitahuan yang mana iklan ini biasanya bertujuan untuk menarik golongan masyarakat tertentu saja. Iklan jenis ini bisa kita temui di mana saja. Baik di media social maupun di dunia nyata, yang biasanya juga banyak menyebar poster konser music, kopetisi desain, kompetisi olahraga dan lain sebagainya.

### 2.2.3 Struktur Organiasi Produksi.

Kru atau tim produksi adalah semua orang yang diperkerjakan dalam pembuatan sebuah video promosi/ iklan selama proses syuting, selain para talent. Seluruh kru harus bisa bekerja sama sesuai dengan bidang masing – masing dalam menerjemahkan visi Sutradara terhadap skenario karena membuat sebuah video promosi merupakan kerja kolektif. Sutradara membutuhkan produser untuk memabtu dirinya dalam memikirkan hal – hal yang bersifat teknis pelaksanaan sehingga dia bisa mengkonsentrasikan diri pada hal – hal yang bersifat kreatif. Produser membutuhkan Manajer Produksi, Asisten Sutradara, dan anggota lain tim produksi untuk

menjalankan roda produksi. Sutradara membutuhkan pengarah fotografi untuk menghasilkan gambar yang diinginkan.

Sementara itu, pengarah fotografi membutuhkan Gaffer untuk mewujudkan pencahayaan dalam gambar. Ia juga membutuhkan Asisten Kamera untuk ketajaman gambar dan loader untuk pengisian bahan baku film. Ia juga membutuhkan tim grip untuk mengatur dan menghaluskan pergerakan kamera dan masih banyak lagi. Dari rangkaian hubungan kerja tersebut jelaslah bahwa pembuatan video promosi/ iklan adalah kerja kolektif, bukan perorangan. Tim produksi yang handal adalah mereka yang bisa tetap kreatif dan inovatif meski dibawah tekanan, dan tetap penuh rasa humor. (Saroengallo, 2008).

Tim inti adalah mereka yang semenjak awal terlibat dalam produksi video promosi/ iklan dan kejanya menjadi acuan rekan kerja yang lain. Menurut Heru Effendy dalam bukunya *Mari Membuat Film* (Konfiden, 2002).

#### 2.2.4 Produksi Iklan.

Kegiatan produksi iklan secara umum terdiri atas lima proses, akan tetapi dari kelima kegiatan tersebut, yang utama dan menyangkut dengan proses produksi meliputi kegiatan Pra-produksi, Produksi, dan Post-produksi.

##### A. Pra-produksi.

Merupakan kegiatan tahap perencanaan produksi iklan yang akan di produksi. Kompleksitas sebuah kegiatan perencanaan ini bergantung pada besar atau kecilnya iklan yang akan di produksi. Di tahap ini, pemilihan tim produksi iklan sudah terpilih serta naskah cerita yang akan dipakai, sudah matang dan tidak lagi mengalami perubahan. Selain itu rancangan anggaran juga sudah diselesaikan dan departemen kru yang bersangkutan mulai untuk mencari dana demi pembuatan iklan. Para pemeran dan pelaku dalam iklan dipilih melalui proses seleksi (*casting*).

Setiap departemen dari tim produksi iklan mulai melakukan preparasi sesuai dengan kewajiban timnya masing-masing. Para pemeran sudah dapat berkumpul untuk melakukan bedah naskah dengan penulis scenario dan sutradara. Departemen sinematografi membuat daftar teknis

pengambilan adegan per adegan (*shotlist*) dan sudah dapat menyusun jadwal syuting (*breakdown dan roundup*). Di tahap ini juga dilakukan pencarian lokasi yang sekiranya sesuai dengan plot naskah yang telah dibuat.

## B. Produksi

Setelah kegiatan pra-produksi serta kegiatan lain yang berkaitan dengan preparasi selesai dilaksanakan, maka tahap selanjutnya adalah melaksanakan pengambilan gambar adegan atau yang lebih dikenal kaum awam dengan sebutan 'syuting'.

Proses syuting dilaksanakan dengan jadwal syuting yang telah dibuat. Jadwal syuting secara garis besar pada umumnya tercantum pada *breakdown* dan detail jadwal setiap harinya dicantumkan ke dalam *rundown*. Seluruh kru film dan para pemeran sebisa mungkin harus bekerja sesuai dengan jadwal yang harus bekerja sesuai dengan jadwal, maka diperlukan waktu tambahan dan tentunya hal tersebut akan mempengaruhi rancangan anggaran produksi.

## C. Post-produksi.

Setelah proses produksi selesai, maka kegiatan selanjutnya dalam pembuatan iklan adalah post-produksi. Dalam tahap ini, hasil pengambilan gambar diolah dan digabungkan dengan hasil rekaman suara. Penggabungan gambar dan suara disesuaikan dengan naskah sehingga dapat menjadi satu kesatuan karya audio-visual yang mampu menyampaikan maksud dari iklan tersebut. Aspek terpenting dalam kegiatan post-produksi adalah :

### a. Editing Offline

Merupakan tahapan penyuntingan kasar, dimana setiap adegan sudah disusun sesuai dengan urutan pada naskah. Proses editing offline ini, hanya dilakukan penyuntingan adegan per adegan, tanpa memasukkan efek suara dan efek audio lain seperti music latar. Tahap editing offline ini berakhir ketika susunan adegan sesuai dengan plot cerita dan sudah disetujui oleh sutradara dan pihak produser. Tahapan tersebut diistilahkan dengan picture locked.

## b. Editing Online

Setelah melalui tahapan picture locked, maka langkah selanjutnya adalah mengerjakan tahap editing online. Pada kegiatan editing online ini, susunan adegan yang sudah 'dikunci' ditambahkan efek suara, efek visual seperti coloring, animation, serta special effect. Proses editing tidak lagi mengacu pada naskah.

Proses edit coloring setiap scene dilakukan sama seperti halnya melakukan penyuntingan pewarnaan dalam sebuah foto. Tone warna di iklan dapat disunting untuk membatu membangun keindahan visual, seperti membuat tone hitam-putih, sephia, menaikkan atau menurunkan kontras kualitas gambar, dan lain-lain. Selain untuk tujuan estetika, pewarnaan ini juga bertujuan semakin membangun suasana sesuai naskah, sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada penonton juga dapat tersampaikan.

Kegiatan editing online juga dilakukan terpisah antara penambahan efek audio dan penambahan efek visual. Setelah proses keduanya selesai, langkah terakhir adalah melakukan proses mixing, dimana hasil suntingan audio dan suntingan visual digabungkan. Jika semua sudah tergabung menjadi satu, maka iklan sudah selesai diproduksi dan siap untuk dipublikasi.

### 2.2.5 Kru Dalam Produksi Iklan.

#### A. Produksi

Tim produksi dalam pembuatan iklan adalah departemen terpisah yang secara aktif bekerja untuk mengawasi seluruh departemen yang ada di dalam tim. Tim produksi terdiri dari :

##### a) Produser

Tugas seorang produser adalah memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi dengan anggaran yang telah disetujui oleh executive producer. Ia yang mengawasi proyek dari mulai perencanaan hingga selesai,



termasuk terlibat dalam proses marketing dan distribusi. Untuk itu seorang produser harus mempunyai wawasan luas tentang iklan, baik teknis maupun non teknis.

b) Eksekutif Produser

Adalah orang yang membantu mengelola setiap aspek dari sebuah produksi audio-visual dan merupakan jabatan tertinggi dari jajaran produser. Seluruh kru, termasuk produser, sutradara dan aktor bertanggung jawab kepada eksekutif produser.

c) *Line Producer*

*Line producer* adalah penghubung antara pihak produser dengan *production manager*.

d) *Production Manager*

Orang yang bertanggung jawab untuk membuat dan mengatur jadwal produksi, bertindak sebagai penghubung informasi antara *Executive Produser* dan bagian lapangan.

e) Unit Manager

Bertanggung jawab atas segala hal yang terjadi di lapangan selama produksi. Unit produksi mempunyai peran sebagai kunci dalam menjalankan proses produksi secara baik, membantu produser dalam mengatur proses produksi agar sesuai dengan jadwal serta *budget*.

f) *Production Coordinator*

*Production Coordinator* adalah penghubung produksi informasi, bertanggung jawab untuk mengatur semua logistic yang berkaitan dalam memperkerjakan kru, peralatan sewa dan kontrak aktor dan aktris.

g) *Post-production Supervisor*

Bertanggung jawab untuk proses pasca produksi, di mana mereka menjaga kejelasan informasi dan menjadi penghubung komunikasi yang baik antara *Editor*, Produser, Pengawas *sound Editor*, dan *Accountant Producer*.

h) *Production Assistant*

Bertugas membantu segala kegiatan di dalam kantor produksi dan beberapa departemen produksi dengan tugas-tugas umum, misalnya menjadi Asisten Produser dan membantu memperlancar pekerjaan departemen *set operations*.

i) Penulis Naskah

Seorang penulis naskah, selain membuat naskah dan plot cerita sendiri, dapat memulai pekerjaannya dengan menyelesaikan sebuah skenario kasar yang sebelumnya telah ditulis oleh produser. Penulis naskah juga dimungkinkan bekerja sama dengan departemen Art untuk membantu mewujudkan representasi visual dari naskah saat proses produksi.

j) *Script Supervisor*

Dikenal sebagai *continuity person*. Script supervisor bertanggung jawab membuat catatan dari setiap perbedaan antara apa yang sebenarnya dengan apa yang muncul di naskah. Hasil pencatatan *Script Supervisor* diberikan kepada editor untuk mempercepat proses *editing*. *Script supervisor* selalu bekerja sama dengan sutradara di lokasi syuting.

k) *Stunt Coordinator*

Bertugas mencari peran pengganti jika diperlukan dalam proses produksi sebuah film. *Stunt coordinator* akan bekerja sama dengan sutradara untuk mengadakan casting dan mengatur adegan-adegan yang akan di perankan oleh pemeran pengganti terpilih.

l) *Casting Director*

Orang yang mencari talent melalui audisi dan melakukan negosiasi untuk jasa aktor. Tugas lainnya adalah membagi-bagi peran sesuai dengan karakteristik dan usia berdasarkan naskah.

*m) Directing*

i. Sutradara

Orang yang mengontrol tindakan dan dialog di depan kamera dan bertanggung jawab untuk merealisasikan apa yang tertulis di dalam naskah. Visi sutradara adalah membimbing kru produksi dalam mencari lokasi yang tepat, melakukan casting, mendesain set dan lighting serta terlibat dalam proses editing dan dubbing. Sutradara diharapkan memiliki kemampuan dalam bekerjasama dengan banyak orang, terlibat dalam proses artistic, mengetahui masalah teknis serta mempunyai kemampuan dalam menangani perubahan-perubahan yang terjadi di lapangan. Beberapa orang menjadi sutradara karena memiliki pengalaman dalam bidang produksi, kamera, maupun editing.

ii. Asisten Sutradara

Seorang asisten sutradara film selalu mengetahui perkembangan terbaru proses pengambilan film. Ia bertanggung jawab akan kehadiran aktor/aktris dan juga melaksanakan instruksi sutradara.

*n) Lokasi*

i. Manajer Lokasi

Bertugas mengawasi departemen lokasi dan staff, dan biasanya melaporkan langsung kinerjanya kepada asisten unit manajer produksi. Manajer Lokasi bertanggung jawab memastikan izin dan membersihkan lokasi syuting.

ii. Asisten Manajer Lokasi

Membantu manajer lokasi dalam menyelesaikan tanggung jawab di lapangan. Umumnya membutuhkan dua sampai tiga orang untuk memegang jabatan ini.

## B. Art Department

*Art Department* dikepalai oleh seorang *production designer* atau dikenal sebagai *creative editor*. Bertanggung jawab untuk menciptakan penampilan visual, kostum, make-up setiap karakter. *Production Designer* bekerja sama dengan sutrdara dan sinematografer untuk mencapai kualitas pengambilan gambar yang memuaskan.

Art department terdiri dari berbagai divisi :

### a. Art Director

Art director secara langsung melaporkan kinerjanya kepada *production designer*. Bertugas mengawasi langsung seniman dan pengrajin, seperti *designer set*, *designer grafis*, dan *illustrator* merealisasikan bentuk-bentuk desain dan unsur-unsur estetika lainnya yang menunjang dan mendukung seluruh plot cerita. Art director bekerjasama dengan *coordinator konstruksi* untuk mengawasi rincian estetika seperti set dekorasi yang dibuat untuk keperluan syuting.

### b. Asisten Art Director

Membantu art director dalam menjalankan tanggung jawabnya. Biasanya terdiri dari tiga orang asisten dan ketiganya bekerja langsung di bawah instruksi art director. Pekerjaannya antara lain mengukur lokasi syuting, menciptakan berbagai peraga dan macam grafis untuk keperluan *designer produksi*. Ada kalanya dalam suatu produksi, jabatan asisten art director ditiadakan.

### c. Ilustrator

Ilustrator bertugas untuk menggambar dan membuat sketsa desain representasi visual dari ide yang dibuat oleh *production designer*.

d. *Set*.

i. *Set Designer*

*Set designer* terkadang adalah seorang arsitek berpengalaman, yang bertanggung jawab untuk merealisasikan struktur atau *setting* interior yang telah dirancang oleh *production designer*.

ii. *Set Decorator*

Bertanggung jawab untuk dekorasi set film, yang mencakup furnitur dan segala benda lain yang akan digunakan dalam produksi sebuah film.

C. Camera

a. Sinematografer (*Department of Photography/DoP*)

Adalah spesialis mengenai kamera dan pencahayaan. DoP membuat keputusan mengenai pencahayaan dan teknik perekaman adegan demi adegan berdasarkan keinginan atau pengembangan keinginan dari sutradara. Singkatnya sutradara menyampaikan keinginannya mengenai suatu tampilan sebuah adegan cerita agar dapat terekam dengan kualitas yang baik, kemudian DoP mengeksekusi keinginan sutradara tersebut dengan memilih tipe pencahayaan dan pengoperasian kamera yang digunakan, sehingga mampu menampilkan hasil visual yang sangat berkualitas, sesuai dengan keinginan sutradara.

b. *Camera Operator*

Merupakan orang yang bertanggung jawab mengoperasikan kamera, di bawah instruksi dan perintah dari DoP. Namun ada kalanya pekerjaan mengoperasikan kamera ini dilakukan langsung oleh DoP.

c. Asisten Kameramen

Bertanggung jawab untuk membantu *camera operator* untuk mengoperasikan kamera. Bertugas pula sebagai *clapper* yang mengoperasikan papan *clapper* untuk menandakan

mulainya perekaman sebuah adegan.

#### *D. Electrical*

##### *a. Gaffer*

Yakni orang yang mengepalai *Electrical Department*, bertanggung jawab penuh atas perencanaan dan pendistribusian aliran listrik selama proses produksi berlangsung, mengatur dan merancang pencahayaan yang akan digunakan. Sering pula didaulat sebagai Kepala Teknis Pencahayaan.

##### *b. Best Boy*

*Best Boy (electrical)* adalah asisten dari *Gaffer*, tetapi seringkali tidak berada di lokasi syuting karena tugasnya adalah melakukan kesepakatan dengan pihak perusahaan listrik, mesin *genset*, serta logistik yang berkaitan dengan masalah listrik lainnya.

##### *c. Lighting Technician*

Teknisi pencahayaan terlibat dengan pengaturan dan kontrol peralatan pencahayaan.

#### *E. Post-production*

##### *Editorial*

##### *i. Film Editor*

Editor film adalah orang yang merangkai berbagai potongan gambar rekaman menjadi suatu film yang koheren, dan jika bekerja mendapat bantuan dari sutradara. Biasanya memiliki beberapa asisten *Editor*.

##### *ii. Negative Cutter*

*Negative cutter* bertanggung jawab untuk memotong potongan-potongan adegan yang tidak dibutuhkan dari negatif, sesuai dengan arahan *editor* film. Kemudian kumpulan gulungan film negatif tersebut dibawa ke

laboratorium khusus untuk dicetak film positifnya, yang berupa hasil proyeksi, yang kemudian merupakan hasil dari produksi sebuah film.

*iii. Colorist*

Yakni orang yang bertanggung jawab memberikan sentuhan *tone* warna ke dalam sebuah produksi film. Dengan teknik manipulasi sedemikian rupa, maka kemudian akan dihasilkan sebuah film dengan estetika yang menarik akibat dari adanya ubahan *tone* warna tersebut.