

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pihak satu kepada pihak lainnya. Proses penyampian informasi bisa melalui beberapa media, yaitu media digital, media cetak, media audio, maupun media *audio visual*.

Program televisi di Indonesia kian beragam jenisnya. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba untuk membuat program-program acara yang menarik, yang informatif dan menghibur, yang membuat masyarakat yang menonton memiliki kecenderungan bahkan kepuasan dalam menyaksikan program-program tersebut. Berbagai macam jenis program di televisi ditampilkan, baik yang menghibur maupun yang bersifat informatif seperti berita. Program-program yang berkualitas tentunya akan membuat penonton semakin setia menyaksikan program tersebut. jenis program televisi dibagi menjadi 2 yakni program informasi dan program hiburan. Program informasi terdiri dari *soft news* dan *hard news*. Program-program softnews merupakan program yang berupa berita atau informasi yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Sedangkan program hiburan terdiri dari banyak jenis seperti drama, musik, *reality show*, *talk show*, pertunjukan, sinetron, dan kuis. Salah satu contoh penyampaian informasi dengan media audio & visual adalah melalui pembuatan *Talk Show*. *Talk Show* adalah suatu jenis acara perbincangan di TV maupun di Radio dengan membahas topik tertentu, biasanya *Talk Show* digunakan untuk menyampaikan informasi dengan topik apapun dengan bantuan seorang *host* & narasumber. Narasumber *talk show* biasanya adalah orang-orang yang telah mempelajari dan mempunyai banyak pengalaman pada bidang yg akan dibicarakan dalam acara. Suatu acara talk show bisa dibawakan secara formal maupun santai. *Talk Show* juga merupakan salah satu media yang digemari oleh masyarakat karena banyak digunakan sebagai media penyampaian

informasi yang menghibur (*Kick Andy*, *Hitam Putih*, *Ini TalkShow*). Informasi yang ditayangkan lewat *Talk Show* bisa berupa informasi tentang seorang personal bintang tamu, maupun informasi lain yg menghibur. *Talk Show* bisa memuat topik tentang hal apapun, sehingga bisa menjadi sesuatu yg sangat menghibur & banyak informasi yg akan disampaikan oleh narasumber.

RWE Bhinda merupakan sebuah perusahaan *advertising and marketing* yang berbasis pada digital media. Berada pada lingkup yang kreatif, membuat perusahaan ini memiliki nama yang unik, yakni RWE Bhinda. Kata RWE adalah singkatan dari Ruang, Waktu, dan Energi. Ruang yang memiliki makna tempat ataupun wadah, tetapi perusahaan ini mengartikannya lebih dari sekedar tempat, melainkan sebagai atmosfer yang maha luas dan tak terbatas.

Selain bergerak di bidang *advertising* dan *marketing* yang berbasis pada digital media, RWE juga memproduksi program talkshow yang masih membahas di bidang yang dilakukan RWE seperti programing. RWE memproduksi program *talkshow* untuk di tayangkan di media internet seperti youtube.

Produksi *talkshow* yg di tayangkan di media internet kebanyakan dibuat lebih sederhana daripada produksi di TV. dari alat yang di gunakan, properti, lokasi , produksi memakan cost / biaya yg lebih sedikit dari pada produksi TV yg besar karna alat , properti, & lokasi di studio berfasilitas lengkap. Sering kali produksi talk show di internet yang menggunakan platform youtube juga menjunjung tema / topik yg lebih bebas dari pada di TV. seperti topik tentang kepercayaan, seks, dan bahkan konspirasi dunia. dan sering kali penonton talkshow di youtube tidak memperdulikan rating tentang topik untuk umur 18 tahun ke atas. Banyak juga produksi talk show yang mengangkat tema sensitif yg menyinggung dan mudah beredar di platform seperti youtube karna kebebasan yg dimiliki oleh kreator, meskipun adanya fitur report. Tapi, meskipun lebih bebas, bukan berarti semua konten talkshow yg beredar di internet negatif, banyak juga kreator yg mengangkat tema / topik yang positif.

Produksi talkshow di RWE melibatkan beberapa *crew* seperti *director*, *cameramen*, *gaffer*, dan *audio recorder*.

Kameramen atau *camera person* yaitu seseorang yang mengambil suatu gambar dengan cara menggunakan kamera, seorang *camera person* handal harus mengetahui *angle* foto/video yang bagus agar kualitas yang diambil dapat terlihat jelas dan tidak blur, *camera person* harus mengetahui pencahayaan yang bagus, arah mana yang cocok untuk dishoot, juru kamera dapat bertanggung jawab dalam seluruh pengambilan adegan dari awal hingga akhir. *camera person* juga akan bekerjasama dengan sutradara, penata fotografi (DOP), aktor dan kru untuk membuat suatu keputusan teknis yang kreatif. seorang juru kamera harus benar benar ahli dalam pengambilan suatu video, film dll. dalam membuat *talkshow* dan berita, seorang kameramen harus memiliki pengetahuan teknis untuk mengambil gambar dan harus memberikan pesan yang jelas untuk tiap shoot yang diambil.

Peran *camera person*/kameramen di dalam produksi *talkshow* RWE sangatlah penting karna membutuhkan kemampuan khusus untuk mengambil gambar dengan sudut yang bagus, dan pencahayaan. peran saya di RWE juga mengatur sedemikian rupa tampilan apapun (artistik, *lighting*) yang memasuki frame monitor kamera yang saya lihat agar apapun yang di rekam menjadi layak untuk di tonton (rapih, tidak over/under exposure). saya mengalami sedikit kesulitan saat merekam sebagian adegan *outdoor* yang di *shoot* dengan motor, sangat sulit untuk mendapatkan efek *shaky* yang halus, sampai harus take beberapa kali untuk mendapatkan hasil sebgas mungkin.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan yang dapat diambil dari latar belakang diatas adalah “Bagaimana Peran *Camera Person* Dalam Produksi *Talkshow* RWE”.

1.3 Tujuan Penulisan Laporan

Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Untuk memenuhi syarat kelulusan dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

- b. Untuk menggambarkan pekerjaan yang saya lakukan selama magang di RWE Bhinda
- c. Memaparkan peran camera person dalam produksi *Talkshow* yang di produksi oleh RWE
- d. Mengetahui prosedur produksi *talkshow* di tempat magang RWE

1.4 Waktu dan Tempat Praktek Kerja Lapangan

A. Tempat Praktek Kerja Lapangan

Nama Instansi : RWE Bhinda
Alamat : CODIPLEX 1st FLOOR. Jl. Pandean Sari No.12
Depok, Sleman, Yogyakarta 55050
Telepon : (0274) 886107
Website : <http://rwe.co.id/>

B. Waktu Praktek Kerja Lapangan

Waktu PKL : 18 Maret 2019 - 29 Mei 2019
Hari : Senin - Jum'at
Jam Kerja : Fleksibel, Tergantung jadwal pertemuan yang disetujui

1.5 Metode Pengumpulan Data

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun dengan melakukan pengamatan dan praktik langsung pada kegiatan sehari-hari selama menempuh Praktik Kerja Lapangan di RWE *Digital Agency*.

A. Observasi

Menurut Wimmer & Dominick (Wimmer 7 Dominick dalam Kriyantono, 2006 : 110-111) observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Seperti penelitian kualitatif lainnya. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subyek yang diteliti. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk : interaksi dan percakapan (*conversation*).

Artinya selain perilaku non verbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Ini mencakup antara lain apa saja yang dilakukan, perbincangan apa yang dilakukan termasuk bahasa-bahasa gaul serta benda-benda yang mereka buat atau gunakan dalam interaksi sehari-hari. Dalam pengolahan data dan isi, penulis lebih menggunakan Observasi Partisian.

Menurut Wimmer & Dominick (Wimmer & Dominick dalam Kriyantono, 2006 : 110-111) metode observasi partisipan adalah metode observasi dimana periset juga berfungsi sebagai partisipan, ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diriset, apakah kehadirannya diketahui atau tidak.

B. Wawancara

Menurut Berger (Berger dalam Kriyantono, (2006 : 100)) wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif. Namun, saat ini keberadaan riset kualitatif banyak juga yang menjadikan wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data.

C. Studi Pustaka

Menurut Nazir (Nazir dalam Kriyantono, (2006 : 110-111)) mengemukakan bahwa studi kepustakaan adalah tehnik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, *literature*, catatan-catatan dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penegasan Judul

Dalam membuat laporan Praktek Kerja Lapangan, penulis menggunakan judul laporan “Peran Seorang *Camera Person* Di Dalam *TalkShow*”. Adapun penjelasan tentang judul yang digunakan oleh penulis untuk membuat laporan praktek kerja lapangan diantaranya :

1. Peran

Peran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Secara umum peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status seseorang. Peran adalah deskripsi sosial tentang siapa kita dan kita siapa.

Peran menjadi bermakna ketika dikaitkan dengan orang lain, komunitas sosial atau politik. Peran adalah kombinasi posisi dan pengaruh seperti contoh yaitu Seseorang melaksanakan hak dan kewajiban berarti orang tersebut telah menjalankan peran. Seperti halnya seorang camera person berperan sebagai orang yang mengatur shot- shot yang di ambil menghasilkan informasi visual yang jelas.

2. Camera Person

Camera Person / Kameramen adalah adalah seorang yang bertugas melakukan pengambilan gambar sesuai kebutuhan program acara yang sedang di produksi dan menentukan *blocking shot* sesuai dengan shoot list yang telah dibuat.

3. *TalkShow*

Talk Show adalah suatu jenis acara perbincangan di TV maupun di Radio dengan membahas topik tertentu, biasanya *TalkShow* digunakan untuk menyampaikan informasi dengan topik apapun dengan bantuan seorang *host* & narasumber. Narasumber talk show biasanya adalah orang-orang yang telah mempelajari dan mempunyai banyak pengalaman pada bidang yg akan dibicarakan dalam acara. Suatu acara talk show bisa dibawakan secara formal maupun santai.

2.2 **Kajian Pustaka**

Untuk mencapai tujuan penulis dalam pembuatan laporan, hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan kajian pustaka. Kajian pustaka merupakan suatu kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh seorang penulis. Maksud dari kajian pustaka adalah segala upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh dan menghimpun segala informasi tertulis yang relevan dengan judul yang dibuat oleh penulis. Dalam bab kajian pustaka ini penulis ingin menampilkan penjelasan mengenai kata kunci dalam pembuatan laporan diantaranya :

A. Pengertian Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang digunakan untuk memancarkan dan menerima siaran gambar bergerak, baik itu yang *monokrom* (hitam putih) maupun warna, biasanya dilengkapi oleh suara. Televisi juga dapat diartikan sebagai kotak televisi, rangkaian televisi atau pancaran televisi. Kata televisi merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa Latin. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh.

Perkembangan konten pada tayangan televisi di berbagai *platform*, harus memiliki definisi pesan yang lebih jelas -yang memberikan

pengalaman dan aktivitas yang melibatkan audiens televisi (Simons, 2014, p. 2222). Televisi digunakan sebagai jembatan informasi bagi khalayak untuk mendapatkan berita atau informasi yang mereka konsumsi. Televisi juga memiliki kebijakan tersendiri dalam menentukan penting atau tidaknya suatu realitas sosial sebagai bahan pemberitaan yang akan disampaikan kepada khalayak publik.

Televisi ini di atur oleh regulasi-regulasi penyiaran yang telah ditetapkan oleh DPR dan Presiden, salah satu diantaranya adalah UU No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Undang-undang ini yang mengatur tentang prinsip-prinsip penyelenggaraan penyiaran yang berlaku di Indonesia. Hal itu mencakup tentang asas, tujuan, fungsi dan arah penyiaran nasional. Undang-undang ini juga mengatur tentang ketentuan Komisi Penyiaran Indonesia, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Berlangganan, Lembaga Penyiaran Komunitas, Lembaga Penyiaran Asing, stasiun penyiaran dan jangkauan siaran serta perizinan dan kegiatan siaran.

B. Sejarah Televisi

Pada masa awal perkembangannya, televisi menggunakan gabungan teknologi optik, mekanik, dan elektronik untuk merekam, menampilkan, dan menyiarkan gambar visual. Bagaimanapun, pada akhir 1920-an, sistem pertelevisian yang hanya menggunakan teknologi optik dan elektronik saja telah dikembangkan, di mana semua sistem televisi modern menerapkan teknologi ini. Walaupun sistem mekanik akhirnya tidak lagi digunakan, pengetahuan yang didapat dari pengembangan sistem elektromekanis sangatlah penting dalam pengembangan sistem televisi elektronik penuh.

Gambar pertama yang berhasil dikirimkan secara elektrik adalah melalui mesin faksimile mekanik sederhana, (seperti pantelegraf) yang dikembangkan pada akhir abad ke-19. Konsep pengiriman gambar bergerak yang menggunakan daya elektrik pertama kali diuraikan pada

1878 sebagai "*teleponoskop*" (konsep gabungan telepon dan gambar bergerak), tidak lama setelah penemuan telepon. Pada saat itu, para penulis fiksi ilmiah telah membayangkan bahwa suatu hari nanti cahaya juga akan dapat di kirimkan melalui medium kabel, seperti halnya suara.

Ide untuk menggunakan sistem pemindaian gambar untuk mengirim gambar pertama kali dipraktikkan pada 1881 menggunakan pantelegraf, yaitu menggunakan mekanisme pemindaian pendulum. Semenjak itu, berbagai teknik pemindaian gambar telah digunakan di hampir setiap teknologi pengiriman gambar, termasuk televisi. Inilah konsep yang bernama "perasteran", yaitu proses mengubah gambar visual menjadi arus gelombang elektrik.

Dalam buku Empat Windu TVRI disebutkan, televisi merupakan media temuan orang-orang Eropa. Perkembangan pertelevisian di dunia ini sejalan dengan kemajuan teknologi elektronika yang bergerak cepat sejak ditemukannya transistor oleh William Shockley dan kawan-kawannya pada tahun 1946.

Pertama kali masyarakat Indonesia menyaksikan demonstrasi televisi pada tahun 1955, 29 tahun setelah diperkenalkan pada tahun 1926 dan 26 tahun setelah siaran televisi pertama di dunia dibuat pada tahun 1929. Televisi pertama di Indonesia dibawa dari Uni Soviet saat Pameran Perayaan 200 tahun Kota Yogyakarta (Pekan Raja 200 Tahun Kota Djogjakarta).

C. Perkembangan Televisi

Perkembangan televisi di dunia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kini para penikmat televisi sudah bisa menikmati tayangan televisi berkualitas HD dari yang dulunya hanya berupa gambar hitam putih saja. Karena aksesnya yang cukup mudah kini sudah banyak masyarakat beralih ke siaran digital meskipun masih banyak juga yang menggunakan siaran analog.

a. **Analog**

Menyampaikan informasi gambar dengan memvariasikan voltase frekuensi dari sinyal. Sistem yang digunakan dalam televisi analog NTSC (*National Television Standards Committee*), PAL (*Phase Alternating by Line*), dan SECAM (*Sequential Couleur avec Memoire*).

Ketiga sistem tersebut banyak mengakibatkan masalah dikarenakan ketiganya tidak saling kompatibel satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu dikembangkan perangkat Multisistem yaitu perangkat yang mampu menerima dari sistem warna yang berbeda.

b. **Digital**

Sistem televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal video, audio, dan data ke pesawat televisi. Sama seperti televisi analog yang mempunyai standar penyiaran PAL, NTSC, dan SECAM. Televisi Digital juga punya standarisasi tersendiri, yaitu DVB (*Digital Video Broadcast*), ATSC (*Advanced Television Systems Commite*) dan ISDB (*Integrated Services Digital Broadcasting*).

Keunggulan dari televisi digital ini mampu menghemat penggunaan spektrum frekuensi atau *bandwidth*. Selain itu juga dari segi kualitas gambar lebih bagus, jumlah siaran televisi yang banyak dan karakteristik sinyalnya yang lebih kuat.

D. Program Siaran Televisi

Secara garis besar program siaran televisi di kelompokkan menjadi 2 macam program, yaitu diantaranya :

a. Jurnalistik

Program jurnalistik adalah program siaran yang diproduksi melalui pendekatan jurnalistik, yaitu proses produksi yang mengutamakan segi kecepatan. Program jurnalistik meliputi meliputi semua acara yang berbasis pada informasi yang bersifat faktual, baik berita (*news*), maupun penjelasan peristiwa aktual (*current affair*). Upaya memuaskan khalayak dicapai dengan cara menyajikan informasi-informasi yang terbaru, akurat, dan dapat dipercaya. Visual memang menjadi unsur penting tetapi lebih menekankan pada aspek realitas, dan kemampuannya dalam mendukung penciptaan makna dari teks. Adapun jenis-jenis program yang masuk kedalam jenis program jurnalistik yaitu :

1) Program Berita

Program berita atau acara berita, biasanya berisi liputan berbagai peristiwa berita dan informasi lainnya, apakah yang diproduksi secara lokal oleh stasiun radio atau televisi, atau oleh suatu jaringan penyiaran. Program berita ada 2 jenis yaitu :

-Soft News : Soft News (berita lembut) adalah berita ringan, cencerung menghibur, dan laporan peristiwa yang “humanis” (manusiawi).

Prinsip penulisan Soft News tidak terikat pada struktur piramida terbalik. Yang akan ditonjolkan dalam berita lunak ini bukan unsur pentingnya, tetapi unsur yang bisa “menyentuh perasaan” khalayak (human touch) atau unsur “menghiburannya”.

-Hard News : Hard News adalah berita-berita yang biasa menjadi berita utama (headline) yang sifatnya aktual,

lugas, singkat, langsung ke pokok persoalan, yang segera dipublikasikan/secepatnya harus diketahui khalayak. Umumnya hard news berupa berita politik, ekonomi, bencana, kerusuhan, dll

2) Program *Magazine*

Program magazine adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam yang lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya atau dengan kata lain magazine adalah feature dengan durasi yang lebih panjang yang ditayangkan terpisah dari program berita.

3) Program Dokumenter

Program dokumenter adalah program yang menyajikan suatu kenyataan berdasarkan pada fakta objektif yang memiliki nilai esensial dan eksistensial.

b. Artistik

Program artistik adalah program acara televisi yang mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan. Program artistik ini berasal dari perorangan maupun tim kreatif. Adapun jenis program artistik diantaranya :

1) Program Sinetron

Sinetron merupakan singkatan dari sinema elektronik adalah program drama bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi.

2) Program Musik

Program musik adalah program acara televisi yang mengulas seputar musik. Biasanya membahas tangga lagu, berbincang dengan bintang tamu serta bernyanyi bersama penonton.

3) Program Spot

Program Spot adalah suatu program yang ingin mempengaruhi atau mendorong pendengar untuk suatu tujuan tertentu.

4) Program Doku-Drama

Doku-drama memiliki kepanjangan dokumenter drama, yang artinya dokumenter yang di dramakan.

E. Format Program Televisi

Definisi format program televisi menurut Naratama adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagi kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Menurut Naratama, kunci keberhasilan suatu program televisi adalah penentuan format acara televisi tersebut.

Adapun format-format program televisi secara umum diantaranya :

a. Drama/fiksi (*timeless* dan imajinatif)

Drama merupakan genre karya sastra yang menggambarkan kehidupan manusia dengan gerak. Drama menggambarkan realita kehidupan, watak, serta tingkah laku manusia melalui peran dan dialog yang dipentaskan. Kisah dan cerita dalam drama memuat konflik dan emosi yang secara khusus ditujukan untuk pementasan teater.

b. Nondrama (*timeless* dan faktual)

Nondrama merupakan runtutan pertunjukan kreatif yang mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi aksi, gaya dan musik.

F. Proses Produksi Program Televisi

Pada saat membuat program televisi semua tim produksi harusnya mengetahui proses produksi agar menghasilkan program televisi yang berkualitas. Menurut Subroto (1994:157-160) tahapan produksi dalam sebuah acara televisi memerlukan waktu yang cukup panjang. Adapun tahapan proses produksi program televisi diantaranya :

a. *Pre Production Planning*

Proses ini merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang atau bisa juga disebut tahap perencanaan. Persiapan pra produksi yakni mempersiapkan tim di luar inti yang akan menunjang produksi, diantaranya mempersiapkan desain produksi. Desain produksi adalah sebuah rancangan yang dipersiapkan untuk memproduksi sebuah mata acara.

Tahapan pra produksi ini dimulai dari tahapan ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah untuk mengembangkan gagasannya.

Apabila penulis naskah sudah selesai dan naskah dinilai telah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting* dengan mengundang tim inti produksi yang terdiri dari pengarah acara, pengarah teknis, pengarah audio, penata cahaya, dan artistik.

Kemudian setelah itu masuk ke tahap perencanaan yang meliputi penetapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, lokasi, dan *crew*. Memasuki tahap persiapan yang meliputi pemberasan semua kontrak, perizinan, dan surat menyurat.

Kunci keberhasilan produksi program acara televisi sangat ditentukan oleh keberhasilan pada tahap perencanaan dan persiapan.

b. Setup and Rehearsal

Setup merupakan tahapan persiapan yang bersifat teknis. Mulai dari merencanakan denah dekorasi, mengatur sub kontrol sampai peralatan studio dan tata suara.

Reherseal merupakan tahap latihan yang diperlukan oleh kepentingan artis atau performer. Latihan ini dipimpin oleh pengarah acara dan selama latihan pengarah acara memberikan arahan berupa bagaimana membawakan acara yang benar, membawakan peran dengan baik, teknik *vocal*, teknik *acting* serta *blocking*. Tahapan-tahapan dari latihan diantaranya :

- *Read Through*(latihan awal)
- *Walk Through* (latihan membaca naskah)
- *Blocking* (tata dekorasi)
- *Dry rehearsal* (latihan kering)
- *Camera blocking*

c. Production

Production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk auditif bagi radio dan *visual* bagi televisi. Pada

tahap ini juga merupakan tahapan pelaksanaan produksi dan pengarah acara bertugas sebagai penanggung jawab pelaksanaannya.

d. ***Post Production***

Tahapan terakhir dalam proses produksi adalah post production, dimaksudkan sebagai tahap penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari suatu produksi dari bahan yang berupa pita auditif maupun pita *audio visual*. Tahap dari post production meliputi :

- Melakukan editing *audio&visual*.
- Pengisian grafis pemangku gelar.
- Pengisi narasi.
- Pembuatan efek khusus.
- Melakukan evaluasi terhadap hasil akhir dari produksi.

G. Talk Show

Talk Show Dalam Media Elektronik Program perbincangan atau talk show merupakan kombinasi seni berbicara dan seni wawancara yang dikemas secara santai dan mengangkat tema-tema yang menjadi fenomena terkini di masyarakat. Talkshow menjadi bagian dari keterampilan pemandu acara dalam mewawancarai nara sumber terhadap suatu permasalahan aktual/ sedang menjadi sorotan, interaktif dengan nara sumber dengan seimbang dan menghasilkan kesimpulan terbuka (Harley Prayudha, 2004). Perbincangan (talk show) Berdasarkan Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia pada Pasal 8 disebutkan bila program talk show termasuk di dalam program faktual. Adapun

pengertian program faktual merujuk pada program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi (Sumber: P3SPS).

Bentuk informasi yang diketengahkan program ini adalah bernilai jurnalistik yang mengangkat fenomena atau isu yang sedang berkembang dan hangat di masyarakat. Kemudian dikemas dengan percakapan sederhana (casual conversation) dengan bahasa yang universal dalam upaya untuk menghadapi heterogenitas khalayak. Lebih lengkapnya, acara perbincangan diarahkan oleh seorang host yang punya dua kelebihan sekaligus yakni piawai dalam memandu acara sekaligus handal dalam mewawancara. Dalam penyelenggaraan talk show di radio (Morissan, 2008) beberapa bentuknya dapat dilihat secara praktis melalui:

- a. *One-on-on-show*, dimana saat host atau presenter acara dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio.
- b. *Panel Discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
- c. *Call in show*. Perbincangan yang hanya melibatkan telepon pendengar. Dengan didahului penentuan topik oleh host di studio dan juga memberikan contoh pengalaman host untuk kemudian memberikan kesempatan atau partisipasi dari pendengar. Format siaran talk show sendiri tidak terlepas dari peran stasiun penyiaran yang menyelenggarakan program ini. Menurut Morissan (2008) keberhasilan media televisi maupun radio dalam melaksanakan programnya bergantung pada:

- 1) *The ability to produce or buy prgrams with audience appeal* (kemampuan untuk memproduksi atau membeli program yang memiliki daya tarik audien)

- 2) *Air them at times when they can be seen by the audience to which they appeal* (menayangkan pada waktu yang dapat dilihat audien yang menjadi sasaran)
- 3) *Build individual programs into a schedule that encourages viewers to tune to the station and remain with it from one program to another* (membangun sejumlah program individu ke dalam suatu jadwal yang dapat mendorong audien untuk menentukan stasiun dan tetap berada di salurannya dari satu program ke program berikutnya).

H. Tim Pelaksana Produksi Televisi

Produksi untuk tiap acara televisi adalah merupakan buah karya daripada tim produksi.

1. Produser

Produser adalah seseorang yang mendesain sebuah produksi program acara sekaligus bertanggungjawab terhadap teknis eksekusi produksi program tersebut. Seorang produser juga bertugas mengintegrasikan unsur-unsur pendukung produksi dalam sebuah produksi program acara.

Sebagai seorang produser harus memiliki kepekaan dalam hubungannya dengan kepentingan khalayak penonton sehingga setiap ide yang diproduksi kepentingan para penonton terwakilkan.

2. Pengarah Acara

Pengarah acara merupakan seorang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab terhadap teknis pelaksanaan produksi. Pengarah acara adalah seorang yang bertugas mengintrepetasikan naskah seorang produser menjadi suatu bentuk serta susunan gambar dan suara.

Didalam menjalankan tugasnya pengarah acara bertindak sebagai pemimpin dan panutan dari seluruh tim produksi, oleh karena itu seorang pengarah acara harus selalu bertindak secara konseptual.

Syarat untuk menjadi seorang pengarah acara diantaranya :

- a. Memahami *Type Of Program*.
- b. Menguasai Manajemen Produksi.
- c. Mendalami Sinematografi.
- d. Mendalami Dramaturgi.
- e. Mampu menggunakan peralatan produksi dan dapat menerjemahkan gagasan kedalam eksekusi sebuah program acara televisi.

3. *Technical Director*

Bertanggung jawab penuh dalam mempersiapkan alat-alat yang akan dipakai dalam produksi program acara. TD juga melakukan pemeriksaan alat yang akan digunakan apakah baik untuk digunakan atau tidak.

4. *Floor Director*

Floor director merupakan wakil pengarah acara di dalam studio, dimana FD akan bertindak sebagai penghubung komunikasi dalam menyampaikan pesan acara kepada kerabat kerja dan para artis pendukung dalam produksi suatu acara.

5. *Lighting Director*

Lighting director bertugas sebagai seorang yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan penataan cahaya di

studio baik sehingga menghasilkan keindahan di dalam *frame* kamera.

6. Audioman

Bertugas untuk mengatur perimbangan suara dari berbagai sumber dengan melakukan *setup* mikropon, musik/*background* dan lain-lain.

7. Switcherman

Switcherman merupakan orang yang bertugas di ruang *master control*, dan bertanggung jawab terhadap pergantian gambar baik atas permintaan pengarah acara ataupun sesuai dengan naskah yang telah disusun.

8. Kameraman

Kameraman atau bisa juga disebut juru kamera adalah seseorang yang merekam gambar yang menginformasikan suatu peristiwa kepada audiens. Kameraman juga merupakan tangan kanan dari seorang pengarah acara, karena harus mempunyai hubungan batin yang kuat agar memudahkan mencernakan dan mengintrepetasikan rasa seni yang dimiliki seorang pengarah acara.

I. Tahapan Produksi Program Talk Show

Pada saat membuat Talk Show semua tim produksi harusnya mengetahui proses produksi agar menghasilkan program Talk Show yang berkualitas. Adapun tahapan proses produksi talk show diantaranya :

1) Pre Production Planning

Proses ini merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang atau bisa juga disebut tahap

perencanaan. Persiapan pra produksi yakni mempersiapkan tim di luar rim inti yang akan menunjang produksi, diantaranya mempersiapkan *Timeline* Produksi. *Timeline* produksi adalah sebuah rancangan yang dipersiapkan untuk memproduksi sebuah Talk Show.

Tahapan pra produksi ini dimulai dari tahapan ketika seorang Director menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah untuk mengembangkan gagasannya.

Apabila penulis naskah sudah selesai dan naskah dinilai telah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting* dengan mengundang tim inti produksi yang terdiri dari pengarah acara, pengarah teknis, pengarah audio, penata cahaya, dan artistik.

Kemudian setelah itu masuk ke tahap perencanaan yang meliputi penetapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, lokasi, dan *crew*.

2) *Setup and Rehearsal*

Setup merupakan tahapan persiapan yang bersifat teknis. Mulai dari merencanakan denah dekorasi, mengatur sub kontrol sampai peralatan studio dan tata suara.

Reherseal merupakan tahap latihan yang diperlukan oleh kepentingan artis atau performer. Latihan ini dipimpin oleh pengarah acara dan selama latihan pengarah acara memberikan arahan berupa bagaimana membawakan acara yang benar, membawakan peran dengan baik, teknik *vocal*, teknik *acting* serta *blocking*. Tahapan-tahapan dari latihan diantaranya :

a. *Read Through*(latihan awal)

- b. *Walk Through* (latihan membaca naskah)
- c. *Blocking* (tata dekorasi)
- d. *Dry rehearsal* (latihan kering)
- e. *Camera blocking*

3) Production

Production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk auditif bagi radio dan *visual* bagi televisi. Pada tahap ini juga merupakan tahapan pelaksanaan produksi dan pengarah acara bertugas sebagai penanggung jawab pelaksanaannya.

4) Post Production

Tahapan terakhir dalam proses produksi adalah post production, dimaksudkan sebagai tahap penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari suatu produksi dari bahan yang berupa pita auditif maupun pita *audio visual*. Tahap dari post production meliputi :

- i. Melakukan editing *audio&visual*.
- ii. Pengisian grafis pemangku gelar.
- iii. Pengisi narasi.

J. Camera Person / Kameramen

Kameramen adalah orang yang mengoperasikan kamera. Seorang kameramen harus memahami teknis penggunaan kamera, memahami teknik sinematografi yang baik, mengerti tentang pencahayaan. Sudah seharusnya seorang kameramen lebih memahami tentang kamera dibandingkan dengan sutradara, karna tugas kameraman tidak hanya mengambil gambar, tapi juga membantu sutradara untuk menentukan

sudut & pencahayaan yang baik. Yang dapat melengkapi alur cerita yang dibuat (Yusanto dan Esfandari : 2016)

1. Tugas dan Tanggung Jawab Kameramen

Secara umum, tugas dan tanggung jawab kameramen meliputi (Brata, 2017 : 85)

- a. Berdiskusi dengan produser serta sutradara, membahas tentang rencana produksi
- b. Mempelajari naskah
- c. Menginterpretasikan sebuah adegan
- d. Memberi masukan bagaimana agar bias mendapatkan gambar yang baik
- e. Memilih peralatan kamera serta penunjangnya
- f. Bekerjasama dengan sutradara
- g. melakukan pengambilan gambar

2. Komposisi Kamera

Pengaturan komposisi gunanya untuk pengambilan gambar dimana letak suatu objek pada suatu *frame* tetap terjaga, atau seni penempatan berbagai unsur yang bergerak dan statis dari suatu gambar didalam *frame*. Kualitas komposisi atau *framing* gambar menentukan nilai suatu artistic. Komposisi sebuah gambar dikatakan dengan baik, apabila dipersatukanya suatu *visual* yang dapat memberi kesan bahwa penyatuan gambar berada tetap pada sebuah *space* video, sedangkan bagian bagian komponen dibiarkan menurut keadaan yang wajar. Hal ini dimaksudkan bahwa meletakkan *focus of interest* nya sesuai dengan *video space*, dengan mengikuti subjektifitas yang dipengaruhi oleh perasaan si pembuat gambar, dalam hal ini

kameramen (Indrajaya, 2011 : 20) Komposisi dapat memberi makna terhadap elemen yang mendukung setiap unsur gambar yang ada di dalamnya. Unsur – unsur tersebut berupa rasional meliputi dekor atau property, garis dimana segala objek gambar dalam bentuk garis horizontal maupun diagonal. Warna merupakan perpaduan *spectrum* warna yang serasi terhadap *depth of field* atau jarak perpektif. Hal tersebut memberi makna “*The Movement Of Television*”, dimana kamera bergerak, sedangkan objek statis. Maksudnya adalah bahwa penonton ikut mewakili pengisi acara, sedangkan bila kamera bergerak objek terlihat bergerak, maka berakibat perubahan *background* dan yang terakhir adalah objek bergerak, sedangkan kamera statis. (Indrajaya, 2011 : 21)

3. Gerakan Kamera

Disebut gerakan kamera karna badan kamera bergerak terhadap subjek (talent). Kita harus membedakan antara gerakan kamera dengan gerakan lensa. Gerakan lensa tidak melibatkan gerakan kamera, tetapi tetap menghasilkan perubahan posisi atau rasio perbesaran objek pada bingkai shot.

a. Pan

Gerakan kamera pada poros horizontal, menoleh ke samping, mengikuti gerakan subject atau talent. Pan Right berarti kamera menoleh ke kanan, sedangkan Pan Left berarti kamera menoleh ke kiri.

b. Tilt

Gerakan Kamera pada poros vertical, mendongak atau menunduk. Tilt Up berarti kamera bergerak ke atas, sedangkan Tilt Down berarti kamera bergerak ke bawah/ menunduk.

c. Track

Gerakan kamera pada landasan yang bergerak, mendekati atau menjauhi subjek atau talent. Kamera dapat dipegang oleh kameramen dan ikut bergerak maju atau mundur, dapat juga diletakan pada tripod diatas kereta dorong (*dolly*) . Track in berarti kamera bergerak mendekati subjek atau talent, sedangkan track out berarti kamera bergerak menjauhi subjek atau talent.

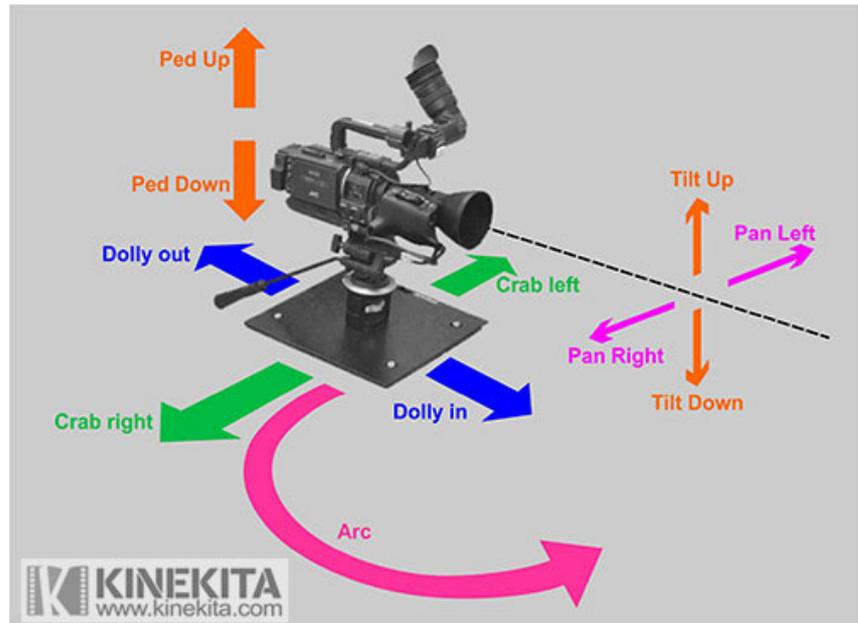
d. Zoom

Gerakan dari lensa yang membuat efek subjek jauh / dekat. Zoom in berarti menghasilkan pembesaran rasio ukuran subjek dalam frame.

Sedangkan Zoom out berarti menghasilkan pengecilan rasio ukuran subjek atau talent.

e. Follow

Gerakan kamera mengikuti gerakan subjek atau talent yang membelakangi kamera. Gerakan kamera searah dengan gerakan subjek atau talent.



Gambar 1. Gerakan kamera

(sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/gerakan-kamera-video-dan-film.jpg>)

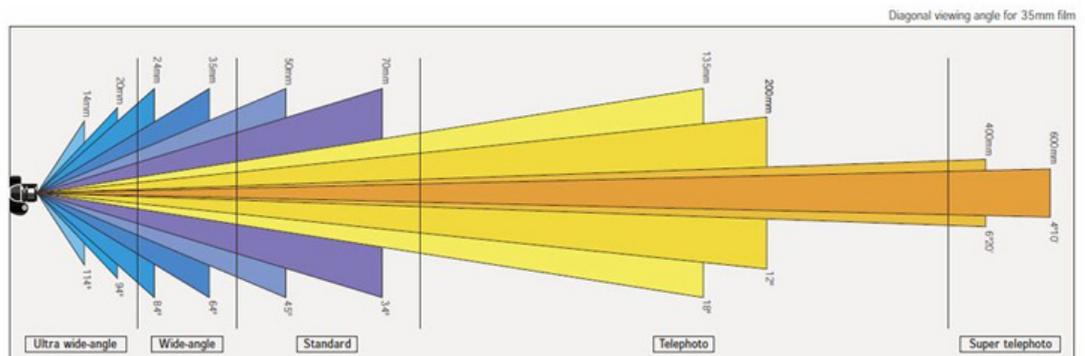
4. Lensa

a. Pengertian Lensa

Lensa adalah benda tembus cahaya yang dibatasi oleh dua bidang lengkung, bahanya terbuat dari kaca. Fungsi lensa adalah objek atau benda yang disinari, dipantulkan masuk ke lensa membentuk bayangan jatuh pada permukaan tabung kamera/CCD. Pengertian fungsi lensa lainya adalah untuk memperoleh pantulan dari objek/benda, maka diperlukan cahaya. Cahaya merupakan gelombang elektromagnetik yang dipancarkan dari sumbernya ke segala arah secara periodik, dengan kecepatan yang sangat tinggi. (Indrajaya, 2011 : 7)

b. Focal Length

Focal length adalah jarak antara permukaan tabung kamera dengan titik optik lensa, pada saat lensa berada pada *focus infinity*. Dengan demikian apabila *focus length* nya berubah akan berpengaruh pada *lens angle* nya, ini berarti menyebabkan ukuran gambarnya berubah dan perubahanya sesuai dengan perubahan *focal length* nya. (Subroto, 1994 : 69)



Gambar 2. Focal length lensa

(Sumber :

https://miro.medium.com/max/1200/1*lfhpDkHsIub7MR_hmerTIQ.jpeg)

c. Jenis-jenis Lensa

-Normal Lens (20-27 Derajat)

Yang dikategorikan kedalam normal lens biasanya mempunyai *lens angle* berkisar 20-27 derajat dan berkemampuan menghasilkan gambar yang mendekati aslinya. Ada tiga normal lens yang mempunyai ukuran penampung tabung dan *focal length* yang berbeda beda.

- 1) Tabung kamera berpenampang 30mm dengan *focal length* sekitar 20mm – 25mm.
- 2) Tabung kamera yang berpenampang 25mm dengan *focal length* sekitar 16mm - 20mm.
- 3) Tabung kamera yang berpenampang 17mm dengan *focal length* sekitar 11mm.



Gambar 3. Normal Lens

(Sumber : <https://www.camerahire.com.au/images/hire/canon-15-85mm-lens.jpg>)

-Narrow angle lens (Long Focus Lens) (5-15 Derajat)

Lensa jenis ini memungkinkan untuk mengambil gambar secara rinci, khususnya akan menguntungkan karena kamera tidak bias mendekati subjek yang disebabkan karena halangan atau hambatan, situs medan, kamerastatis dan sebagainya,. Sehingga sering digunakan untuk siaran diluar studio. Tetapi karena *depth of field* jenis lensa ini sempit, akan menimbulkan kesulitan sendiri kalau kita menggerakkan kamera, sebab resiko yang dihadapi adalah gambar bergetar lebih besar

disamping menyulitkan untuk memfokuskan dalam waktu singkat. Hanya saja lensa jenis ini dapat menimbulkan efek distorsi seperti :

- 1) Dimensi gambar terlihat padat.
- 2) Jarak *foreground* dan *background* terlihat lebih pendek dari sebenarnya.
- 3) Objek yang terdapat dilator gambar terlihat menonjol dan dalam porsi yang lebih besar



Gambar 4. *Narrow angle lens*

(Sumber :

<https://www.photographymad.com/files/images/canon-telephoto-lenses.jpg>)

- *Wide Angle Lens (Short Focus Lens)*

Penggunaan jenis lensa ini dalam jarak yang relative dekat mampu mengambil daerah sasaran yang luas.

Hanya saja seperti jenis *narrow angle lens*, memberikan juga efek distorsi misalnya :

- 1) Lensa ini mempengaruhi perspektif gambar dan kelihatanya subjek lebih jauh dari jarak yang sebenarnya.
- 2) Ruang yang sempit akan terlihat luas, dengan demikian akan memberikan keuntungan pada tata dekorasi, tetapi akibatnya set akan terlihat tidak sesuai dengan keadaan aslinya.
- 3) Demikian pula untuk pengambilan *close up* (CU) wajah, hasilnya juga tidak wajar (terlihat cembung)
- 4) Distorsi geometri pada setiap garis linier



Gambar 5. *Wide Lens*

(Sumber :

https://dv72osnjegxz.cloudfront.net/catalog/product/cache/926507dc7f93631a094422215b778fe0/g/j/gj0069-1_2.jpg)

- *Zoom Lens*

Zoom Lens merupakan jenis lensa yang sudut pengambilan gambarnya dapat berubah – ubah, mulai dari yang lebar (*wide angle*) sampai ke sudut sempit (*narrow angle*) , sehingga memberikan kesan bahwa kamera mendekati objek saat melakukan *zoom in* dan menjauhi objek saat *zoom out*. Tetapi meskipun demikian, perubahan gambar yang disebabkan oleh *zoom lens* berpengaruh pada ketidak kewajaran, perspektifnya yang tidak mengalami perubahan.



Gambar 6. *Zoom Lens*

(Sumber :

https://static.bhphoto.com/images/images500x500/Canon_6141B002_CN_E_14_5_60mm_T2_6_L_132628916_8_839223.jpg)

5. Jenis Shot

Dalam produksi video maupun film, ada berbagai tipe shot dalam pengambilan gambar yang biasa digunakan sebagai acuan para tim produksi (khususnya departemen kamera), masing-masing tipe shot tersebut memiliki fungsi berbeda, hal

ini disesuaikan dengan isi pesan yang ingin disampaikan melalui bahasa visual.

Terminologi tipe shot (Shot size/type of shot atau ukuran shot), sampai saat ini memang sangat bervariasi di lingkungan produksi audio visual, meski demikian tetap ada prinsip-prinsip dasar yang sama dalam implementasinya. Pemberian nama dan pedoman untuk beragam tipe shot tersebut sampai saat ini seolah telah menjadi kesepakatan umum di industri video, film dan televisi. (Baca juga : Gerakan Kamera dalam Membuat Film)

Macam-macam Tipe Shots dalam pengambilan gambar yang sering digunakan dalam produksi film dan video diantaranya :

1. EWS (*Extreme Wide Shot*)

Extreme wide shot merupakan tipe shot yang digunakan untuk menunjukkan sebuah lingkungan dimana subyek film berada. Tipe shot ini seringkali dipakai untuk membangun suasana sebuah adegan, subyek film terkadang hampir tak tampak dalam visual karena penggunaan sudut pandang lebar yang ekstrim.

EWS juga sering digunakan dalam film kolosal yang melibatkan ribuan subyek, dengan menggunakan tipe shot ini jumlah pasukan skala besar dan megah dapat digambarkan secara sempurna.



Gambar 7. EWS

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/contoh-shot-Extreme-Wide-Shot.jpg>)

2. *Very Wide Shot* (VWS)

Very Wide Shot merupakan tipe shot sangat luas, namun secara visual lebih sempit jika dibandingkan dengan tipe *Extreme wide shot*.

Pengambilan gambar dengan tipe *Very Wide Shot* ini masih sangat memungkinkan untuk mengambil banyak subyek dalam sebuah frame. Meskipun subjek film sudah dapat terlihat dengan shot ini, tetapi belum ada penekanan, karena tipe shot ini masih dalam rangka membangun suasana lingkungan dimana subyek film berada.



Gambar 8. VWS

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Contoh-gambar-Very-Wide-Shot-VWS.jpg>)

3. *Wide Shot (WS)*

Wide Shot, subjek sudah dapat diidentifikasi dengan jelas karena telah memenuhi frame gambar meski terdapat jarak diatas kepala dan dibawah kaki. Penggunaan jarak diatas dan dibawah subyek tersebut digunakan untuk ruang aman agar lebih nyaman untuk dilihat.

Tipe *Wide Shot* di beberapa lingkungan produksi juga sering disebut *Long Shot*, *Full Shot* dan *Total Shot*, dimana subyek ditampilkan secara keseluruhan.



Gambar 9. WS

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Contoh-pengambilan-gambar-Wide-Shot-WS.jpg>)

4. *Mid Shot* (MS)

Mid Shot atau sering disebut juga sebagai *Medium Shot* merupakan shot yang menunjukkan beberapa bagian dari subjek secara lebih rinci, pada subyek manusia tipe shot ini akan menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala.

Tipe Mid Shot masih memiliki ruang untuk memberi keleluasaan subyek dalam bergerak, shot ini sering juga digunakan sebagai permulaan pengambilan gambar sebelum kameraman mengambil gambar lebih dekat untuk mengekspose reaksi dan emosi subyek.

Bagi penonton tipe shot ini masih dirasakan seolah-olah mereka sedang melihat seluruh subjek. Shot ini sering digunakan saat subyek berbicara untuk memberi informasi, misalnya pada waktu wawancara, pengambilan gambar presenter televisi maupun saat dialog dalam film fiksi.



Gambar 10. MS

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Pengambilan-gambar-Mid-Shot-MS.jpg>)

5. *Medium Close Up* (MCU)

Medium Close Up merupakan jenis shot untuk menunjukkan wajah subyek agar lebih jelas dengan ukuran shot sebatas dada hingga kepala.



Gambar 11. MCU

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Contoh-Medium-Close-Up-MCU.jpg>)

6. *Close Up* (CU)

Tipe shot *Close Up* sering digunakan untuk menekankan keadaan emosional subyek. Tipe shot ini biasanya mengambil subyek manusia hanya bagian kepala saja. *Close up* juga berguna untuk menampilkan detail dan dapat digunakan sebagai cut-in.

Wide Shot dan *Mid Shot* biasa digunakan untuk memberikan fakta-fakta dan informasi umum, sedangkan pengambilan gambar dengan tipe *close up* dapat digunakan untuk merekam ekspresi wajah subyek lebih mendalam, sehingga penonton dapat turut merasakan emosi yang diutarakan oleh subyek.



Gambar 12. CU

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Contoh-gambar-Close-Up-CU.jpg>)

7. *Extreme Close Up* (ECU, XCU)

ECU (juga dikenal sebagai XCU) merupakan tipe shot untuk menampilkan detail obyek, misalnya mata, hidung, atau telinga.

Melakukan pengambilan gambar dengan *Extreme Close Up* perlu pertimbangan khusus, hal ini jarang sekali dilakukan apabila tidak ada alasan yang kuat.



Gambar 13. ECU / XCU

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Pengambilan-gambar-Extreme-Close-Up-ECU-XCU.jpg>)

8. *Two Shot*

Two Shot merupakan tipe shot yang menampilkan dua orang dalam satu frame kamera, tipe shot ini dapat digunakan untuk membangun hubungan antara subjek satu dengan lainnya, masing-masing subyek dapat saling berinteraksi dan terlibat dalam gerakan atau tindakan dalam pengambilan gambar.

Tipe shot ini juga sering digunakan ketika dua presenter sedang membawakan acara ataupun memperkenalkan dua orang secara bersamaan.



Gambar 14. Two Shot

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Contoh-pengambilan-gambar-Two-Shot.jpg>)

9. *Over the Shoulder Shot* (OSS)

Over the Shoulder Shot merupakan tipe shot yang dilakukan untuk dua subyek, namun pengambilan gambar dilakukan dari belakang bahu salah satu subyek. Orang yang dihadapi subjek biasanya harus menempati sekitar 1/3 frame.

Tipe shot ini biasa digunakan dalam sebuah percakapan dua subyek, Framing gambar bisa dilakukan bergantian sehingga visual dapat terlihat dinamis.



Gambar 15. *Over Shoulder*

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Pengambilan-gambar-Over-the-Shoulder-Shot-OSS.jpg>)

10. *Point-of-View Shot* (POV)

Point-of-view shot adalah tipe shot yang menunjukkan sesuatu dari sudut pandang subjek, dalam hal ini fungsi kamera sebagai mata subjek.



Gambar 16. POV

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/Subyek-melihat-gambar-tangan.jpg>)



Gambar 17. POV

(Sumber : <https://tumpi.id/wp-content/uploads/2017/06/gambar-tangan-sebagai-Point-of-View-Shot-POV.jpg>)

6. Fungsi Kamera & Jenis Kamera

Fungsi Kamera secara umum adalah untuk membuat atau menangkap suatu gambar dari objek, yang selanjutnya akan dibiarkan melalui lensa pada sensor *CCD* dan sensor *BSI-CMOS* kemudian direkam dan disimpan dalam format digital.

Atau dengan kata lain bisa di sebut sebagai proses menciptakan diam atau gambar bergerak dengan metode menangkap data langsung menyimpannya pada media sensitif seperti film yang elektromagnetik atau sensor elektronik .

Berikut jenis-jenis kamera :

1. Kamera Saku (*Compact Camera*)

Kamera Saku Sony *Cybershot* Sejak sebelum era kamera digital, kamera saku sudah menemani analog *Single Lens Reflex (SLR)* sebagai alternatif memotret yang mudah dibawa ke mana-mana.

Setelah era kamera digital, kamera saku tetap digemari. Meskipun secara kemampuan tetap tidak bisa menandingi kamera *SLR*.

Tak terkecuali anak kecil yang awam dengan kamera. Sehingga fitur-fitur yang melengkapi kamera saku mayoritas sudah disetel secara otomatis.

Namanya saja kamera *point and shoot*, Anda tinggal mengincar objek foto lalu klik tombol dan selesai.



Gambar 18. Kamera *Pocket*

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

2. Kamera *Mirrorless*

Kamera *Mirrorless* – Jenis Kamera Digital Seperti namanya, kamera *mirrorless* memang tidak menggunakan cermin seperti halnya yang dimiliki *DSLR*.

Tanpa keberadaan cermin, kamera ini menjadi punya ukuran yang lebih kecil dan ringkas dari *DSLR*. Tapi kemampuannya bisa disetarakan dengan *DLSR* level *middle-end*.

Salah satu kelebihan adalah lensa yang bisa dilepas, seperti halnya *DSLR*. Sehingga bisa menyesuaikan dengan kebutuhan saat pemotretan.

Selain itu, sensor yang dimiliki *mirrorless* umumnya berkategori 4/3. Sudah mumpuni untuk mendekati kualitas hasil foto dari *DSLR*.



Gambar 19. Kamera *Mirrorless*

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

3. Kamera Aksi (*Action Camera*)

Kamera Aksi Ini merupakan tipe kamera digital yang banyak digandrungi anak muda belakangan ini. Baik itu yang doyan dengan olahraga ekstrem atau para *vlogger*.

Kamera aksi biasanya lebih banyak dipakai untuk merekam video ketimbang foto. Dengan bentuknya yang lebih kecil dari kamera saku, kamera ini bisa dipasang di atas kendaraan atau di atas helm.

Kualitas dari kamera aksi sudah sangat mumpuni. Bisa menghasilkan video 1080p pada kecepatan 30 frame per second (fps) atau 720p pada 60 fps.

Artinya kualitas gambar yang dihasilkan sudah masuk dalam level *High Definition* yang tajam. Dengan fitur *Image Stabilization*, sebuah kamera aksi bisa menghasilkan gambar nyaris tanpa guncangan meski dipasang di atas kendaraan yang melaju kencang.



Gambar 20. Action Cam

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

4. Kamera Digital Single Lens Reflex (DSLR)

Contoh kamera *DSLR* Inilah kamera digital yang paling mumpuni di antara semua jenis kamera digital yang ada saat ini.

Seperti pendahulunya di era analog, kamera *DSLR* juga memiliki banyak fitur yang berguna untuk bisa menghasilkan foto-foto yang menarik.

Termasuk memiliki kategori *DLSR* dari mulai *entry* level, semi pro, dan pro. Semakin tinggi levelnya, semakin canggih fitur yang dimiliki dan harganya pun semakin mahal.

DSLR memiliki varian lensa paling banyak dibanding kamera digital lainnya. Dari mulai yang bersudut lebar seperti lensa fish eye hingga lensa zoom yang mencapai lebih dari 500 mm. Generasi terbaru kamera *DLSR* bahkan sudah tidak sekadar digunakan untuk mengambil foto saja. Sudah bisa dijadikan kamera video dengan kualitas gambar sekelas *High Definition*. Banyak *vlogger* yang menggunakan *DLSR* untuk menghasilkan karya-karyanya.



Gambar 21. *DSLR*

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

5. Kamera Video

Kamera video juga merupakan perkembangan dari generasi sebelumnya di era analog.

Jika sebelumnya dalam merekam menggunakan kaset atau CD, kini semua hasil rekaman sudah disimpan dalam sebuah kartu memori.

Namun, kamera ini hanya bisa digunakan untuk mengambil video atau bayangan bergerak. Tidak bisa mengambil foto seperti halnya *DSLR*.

Keberadaan kamera video digital ini sangat membantu para kontributor televisi ketika akan mengirimkan data hasil liputan. Karena bisa langsung diedit di komputer dan hasilnya dikirim ke kantor melalui internet. Termasuk juga mempermudah kerja para film maker.



Gambar 22. Kamera Video

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

6. Boutique Camera

Boutique Camera tidak lebih besar dari sebuah kamera saku. Jika ditelaah lebih dalam, ternyata tidak salah jika jenis kamera digital ini diembel-embeli kata butik di depannya. Meski bentuknya ringkas, kamera butik punya sensor *fullframe* yang bahkan melebihi kemampuan *DSLR*.



Gambar 23. *Boutique* Camera

(Sumber : <https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>)

7. *White Balance*

Fungsi *White Balance* itu sendiri untuk membuat hal-hal berwarna putih tampak putih dalam fotografi dengan mengkompensasi pengaruh warna cahaya di bawah

lingkungan pengambilan gambar. Cara kerja *white balance* sendiri kurang lebih untuk meniru cara mata memahami warna.

Alasan kenapa kamera memerlukan setting *white balance* adalah karena kita memotret dalam kondisi pencahayaan yang berubah-ubah. Mata telanjang kita adalah alat yang super canggih dan mampu beradaptasi (menyeimbangkan) terhadap perubahan warna cahaya, jadi kertas putih dimanapun akan tampak putih bagi kita. Namun kamera tidaklah secanggih mata, karena itu kertas putih belum tentu terlihat putih bagi kamera dalam warna pencahayaan yang berbeda.

Jadi tujuan setting *white balance* adalah memerintahkan kamera agar mengenali temperatur sumber cahaya yang ada. Supaya yang putih terlihat putih, merah terlihat merah dan hijau terlihat hijau, atau dengan kata lain agar kamera merekam warna obyek secara akurat dalam kondisi pencahayaan apapun.

K. Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (P3SPS)

Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) merupakan salah satu regulasi atau produk hukum, yang khusus mengikat masyarakat penyiaran. Dalam konteks aturan tersebut masyarakat penyiaran adalah seluruh elemen penyelenggara, konsumen penyiaran, serta regulator penyiaran. Ketiganya terikat dengan ketentuan P3SPS, sehingga dalam upaya menjaga kepentingan hak dan kewajibannya, secara imperatif mengacu pada ketentuan tersebut.

Guna menjamin kepastian hukum serta mewujudkan keadilan terhadap masyarakat, maka kaidah tersebutlah yang menjadi satu acuan nilai utama yang diterapkan sehingga di antara komponen penyiaran tersebut berjalan secara harmonis atau setidaknya dapat dilakukan harmonisasi terhadap potensi atau ekspresi perbedaan beragam kepentingan yang kadang kala saling berlawanan.

P3SPS yang merupakan produk KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) itu merupakan sebuah produk regulasi atau hukum yang memiliki kekuatan mengikat masyarakat penyiaran. Ada beberapa alasan mengapa P3SPS dinyatakan sebagai produk hukum.

Pertama, landasan konstitusional penyusunannya adalah UUD 1945. Faktanya P3SPS disusun dan ditetapkan oleh KPI dalam rangka implementasi HAM (Hak Asasi Manusia) khususnya yang disebutkan dalam Pasal 28 UUD 1945. Benang merahnya adalah Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran yang merupakan implementasi HAM tersebut menjadi acuan pokok dalam penyusunan P3SPS. Dengan demikian secara tidak langsung ketentuan tersebut merupakan implementasi pokok-pokok pikiran HAM, khususnya tentang kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi.

Kedua, berdasarkan perspektif proses pembentukan hukum, P3SPS adalah produk hukum yang sah dan bersifat mengikat masyarakat penyiaran. Alasannya, aturan tersebut dibuat dan ditetapkan oleh lembaga berwenang, sehingga secara material dapat menjadi acuan nilai, dalam menyelenggarakan penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan bagian dari produk hukum karena lembaga itu dibentuk oleh pemerintah bersama DPR, sehingga memiliki legitimasi sebagai pelaksana sebagian kegiatan penyelenggaraan negara.

Mengacu pada UU Tentang Penyiaran No.32 Tahun 2002 dan P3SPS setiap stasiun televisi dalam melakukan siaran memiliki pedoman dan juga peraturan yang harus ditaati.

Seperti dalam UU Penyiaran No.32 Tahun 2002 Bab V Pasal 48 ayat (1) yang berisi :

4. Pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan siaran ditetapkan oleh KPI.

5. Pedoman perilaku penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) disusun dan bersumber pada:
 - a. Nilai-nilai agama, moral dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - b. Norma-norma lain yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum dan lembaga penyiaran.
6. KPI wajib menerbitkan dan mensosialisasikan pedoman perilaku penyiaran kepada Lembaga Penyiaran dan masyarakat umum.
7. Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan:
 - a. Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan.
 - b. Rasa hormat terhadap hal pribadi.
 - c. Kesopanan dan kesusilaan.
 - d. Pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme.
 - e. Perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan.
 - f. Penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak.
 - g. Penyiaran program dalam bahasa asing.
 - h. Ketepatan dan kenetralan program berita.
 - i. Siaran langsung.
 - j. Siaran iklan.
8. KPI memfasilitasi pembentukan kode etik penyiaran.

2.3 Ekstrasi

Dalam pembuatan laporan penulis mengambil beberapa ekstrasi yang berkaitan dengan judul si penulis dari penulisan buku tahun-tahun yang sebelumnya dan dari beberapa karya ilmiah (jurnal) yang saya dapatkan dari internet. Diantaranya adalah :

1. PENERAPAN PROSES KERJA DALAM PENYIARAN MEDIA TELEVISI (Studi Kasus Pada Siswa Siswi SMKN Bekasi) – Muhammad Tsabit, Nina Kusumawati, Fauzi Syarief, Agus Suryadi, Varadina Bunga

Laporan ini ditulis menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi kasus. Penulis melakukan studi kasus di SMK N 4 Bekasi. Dari laporan ini dapat diketahui bahwa masih banyak siswa SMK terutama SMK N 1 Bekasi yang masih belum memahami tentang proses kerja dalam media penyiaran televisi. Dalam laporan ini juga memuat tentang bagaimana kriteria seseorang untuk bekerja di sebuah stasiun televisi.

2. DASAR DASAR PENYIARAN – Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin 2016

Merupakan buku terbitan dari KENCANA PRENADAMEDIA yang berisikan referensi yang mengulas dunia penyiaran dari beberapa aspek dalam penyelenggaraan penyiaran akan memberikan satu rujukan informasi.

3. PRODUKSI ACARA TELEVISI – Firdaus Azwar Ersyad, S.Sn. M.Sn. (IKS13653P)

Modul ini merupakan modul perkuliahan yang membahas tentang proses produksi acara televisi, dari mulai persiapan, produksi hingga tahap penyelesaian.

4. PELANGGARAN PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN DAN STANDAR PROGRAM SIARAN (P3SPS) PADA TAYANGAN TALKSHOW (Studi Analisis Isi Pelanggaran P3SPS dalam Program Ini Talkshow di NET TV) – Avifah Khoirunisa (L 100 130 033)

Laporan ini ditulis dengan menggunakan metode kuantitatif dimana penulis melakukan analisa langsung suatu program acara

distasiun tv dan menuangkannya kedalam tulisannya. Dari laporan ini dapat disimpulkan bahwa penulis ingin menunjukan beberapa pelanggaran yang terjadi pada setiap program acara stasiun televisi. Lalu penulis melakukan perbandingan antar stasiun televisi/program acara, stasiun/program acara televisi mana yang masih banyak melakukan pelanggaran pedoman perilaku penyiaran.

BAB III
DESKRIPSI OBYEK / PERUSAHAAN (DESAIN PRODUKSI /
RANCANGAN)

3.1 Sejarah, Visi, Misi, Tujuan

A. Sejarah

Pada awalnya, perusahaan PT. RWE BHINDA bernama Codesign Indonesia. Pada tahun 2004, Codesign Indonesia didirikan oleh 4 mahasiswa dari Universitas Gadjah Mada. Perusahaan tersebut didirikan karena pada saat itu adanya minat masyarakat terhadap dunia teknologi dan informasi (IT) masih sangat tinggi. Codesign Indonesia masih merupakan perusahaan kecil yang berbasis di Depok, Sleman, Yogyakarta yang menangani jasa di bidang IT, yakni pembuatan sistem informasi dan situs, dimana pada saat itu klien yang dimilikinya masih berasal dari Yogyakarta dan sekitarnya. Pada tahun 2008, Codesign Indonesia mulai berkembang dan mencoba untuk merambah di bidang periklanan digital, namun masih sekedar melengkapi kebutuhan dari berbagai brand, misalnya pembuatan aplikasi dan website. Sejak masuk di dunia periklanan, karyawan Codesign Indonesia mulai mengenal beberapa praktisi yang berkecimpung pada bidang advertising di Yogyakarta. Praktisi-praktisi yang berasal dari berbagai biro iklan tersebut mulai menawarkan kerja sama dengan Codesign Indonesia untuk memproduksi platform periklanan digital. Beberapa biro iklan yang ada di Yogyakarta pun mulai mempercayakan Codesign Indonesia untuk membantu mereka memproduksi aplikasi dan website untuk berbagai brand.

Sebagai pemain baru di ranah periklanan, Codesign Indonesia pun membentuk suatu kongsi bernama “The Clicker” dengan para praktisi periklanan dan mulai mengerjakan beberapa proyek periklanan. Namun seiring berjalannya waktu, partnership dalam The Clicker tidak berjalan dengan baik sehingga para karyawan Codesign Indonesia memutuskan untuk mengundurkan diri dan kembali menjadi perusahaan yang berjalan secara independen.

Kerja sama dengan berbagai biro iklan dan para praktisi di bidang periklanan semakin meningkatkan wawasan dan skill karyawan Codesign Indonesia mengenai digital advertising. Codesign Indonesia pun mulai membuka peluang baru dengan mencari klien yang berbasis di Jakarta. Oleh karena itu, salah satu pendiri Codesign Indonesia yang bernama Muhammad Hafidullah pindah ke Jakarta untuk mencari klien dan mengembangkan jejaring bisnis. Pada tahun 2011, Codesign Indonesia menangani klien pertamanya, yakni Indosat dengan proyek berupa sistem website. Pada lain kesempatan, Muhammad Hafidullah bertemu dengan seorang CEO PT Dentsu Strat yang bernama Netty Handari Wetik. Dengan adanya pertemuan ini, membuka kesempatan bagi Codesign Indonesia untuk membantu mengerjakan proyek-proyek iklan yang ditangani oleh PT Dentsu Strat, salah satunya adalah Indosat Secret Holiday. Karena terjalin kerjasama yang berada pada satu jalur pemikiran ini, maka Netty H. Wetik menawarkan diri kepada Muhammad Hafidullah untuk berkongsi dan membentuk biro iklan berbasis digital yang baru. Akhirnya Netty H. Wetik mengundurkan diri dari PT Dentsu Strat untuk membentuk biro iklan digital bersama Muhammad Hafidullah yang bernama RWE Bhinda. Nama RWE Bhinda diambil dari bahasa bali dan mengandung arti “dua nyawa”. Makna yang dimaksud dari “dua nyawa” yaitu, bahwa RWE Bhinda merupakan sebuah perusahaan periklanan yang mengkonvergensi dua media, yakni media tradisional dan digital.

Meskipun berada dalam payung perusahaan yang sama, RWE Bhinda dan Codesign Indonesia beroperasi pada kantor yang berbeda lokasi. RWE Bhinda berbasis di Jakarta sedangkan Codesign Indonesia beroperasi di Yogyakarta. Sistem honor dan fasilitas yang didapatkan oleh karyawan RWE Bhinda dan Codesign Indonesia pun juga berbeda.

Akhirnya, pada tahun 2012 dua nama ini resmi dileburkan RWE Bhinda dan berlaku hingga saat ini. Karyawan RWE Bhinda yang memiliki keahlian di bidang komunikasi pemasaran baik secara digital maupun konvensional bersatu dengan karyawan Codesign Indonesia yang memiliki basis kemampuan tentang teknologi dan informasi.

Deskripsi Perusahaan.



Nama Perusahaan : RWE Digital Agency
Alamat Perusahaan : Jl. Tebet Timur Raya No. 15, Jakarta Selatan
12820
Jl. Pandean Sari Blok IV No. 12,
Condongcatur, Depok, Sleman,
Yogyakarta
Telepon : 021-83700986 / 0877-3953-0274
E-mail : info@rwe.co.id
Website : www.rwe.co.id

RWE Bhinda merupakan sebuah perusahaan *advertising and marketing* yang berbasis pada digital media. Berada pada lingkup yang kreatif, membuat perusahaan ini memiliki nama yang unik, yakni RWE Bhinda. Kata RWE adalah singkatan dari Ruang, Waktu, dan Energi.

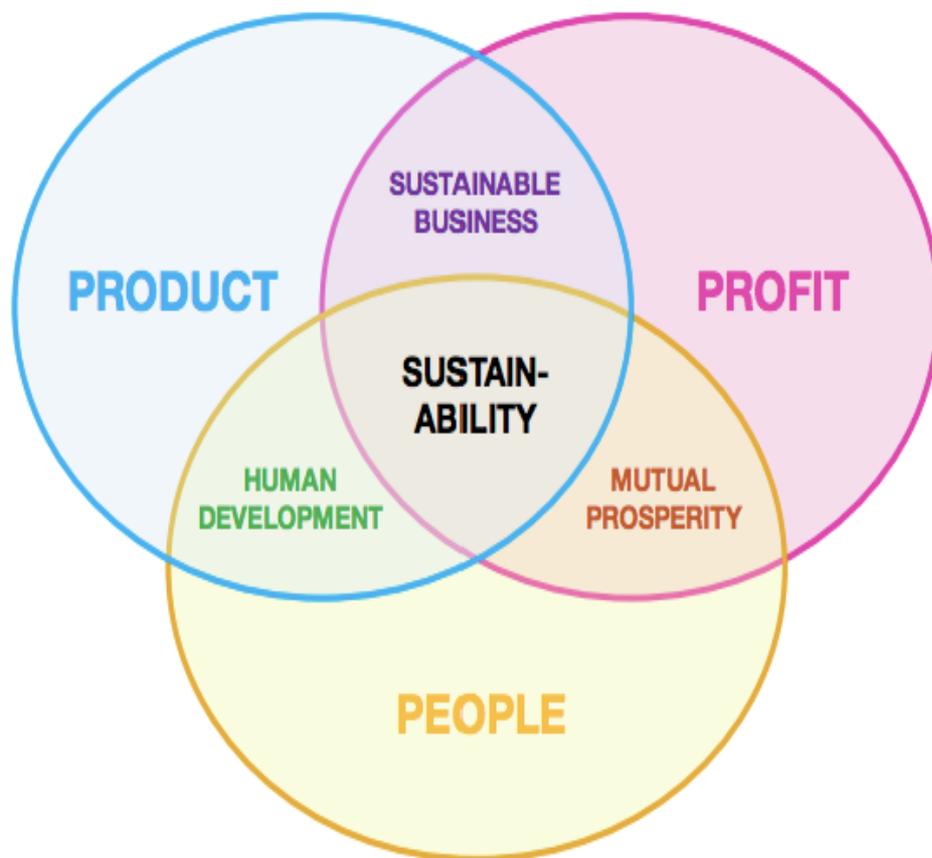
Ruang yang memiliki makna tempat ataupun wadah, tetapi perusahaan ini mengartikannya lebih dari sekedar tempat, melainkan sebagai atmosfer yang maha luas dan tak terbatas, hal ini menjadi landasan perusahaan untuk mengangkat tema galaxy sebagai konsep identitasnya. Ruangan dalam hal ini diharapkan menjadi suatu satuan fundamental, yaitu sebuah satuan yang tidak dapat didefinisikan oleh satuan lainnya namun tetap bermakna, sedangkan makna dari ruangan tersebut tergantung dari siapa dan apa yang mengisi ruangnya. Tentunya tim RWE dan berbagai hal kreatif lainnya yang mengisi ruang tersebut. Tim yang dimiliki oleh perusahaan ini disebut sebagai *astronaut*, yang sedang menjalankan misi

perusahaan di kantor yang disebutnya sebagai Mars. Waktu merupakan bagian dari struktur dasar alam semesta, sebuah dimensi dimana peristiwa terjadi secara berurutan.

Dikutip dari Company Credential RWE Bhinda (2018), selama tujuh tahun bergerak di bidang periklanan digital, RWE Bhinda telah mendapatkan enam penghargaan. Pada ajang Pinasthika Awards tahun 2013, RWE Bhinda mendapatkan lima penghargaan, yakni : Gold pada proyek Bloomberg TV Indonesia. Silver pada proyek Sedekah 1000 parcel (Indosat) dan Bantul Legenda Rasa, serta Bronze pada proyek Gerakan 1000 Pohon (Pertamina) dan Sedekah 1000 Parcel. Sementara pada Ajang Pinasthika Awards 2017, RWE Bhinda berhasil meraih dua Gold untuk proyek LA ICE dan Prisca Challenge.

- Visi :

1. Product : Menjadi preferensi utama digital agency dengan servis, inovasi, ide, dan eksekusi standart agency multinasional, dengan harga lokal.
2. Profit : Menjadi perusahaan dengan kemampuan financial yang kuat dan stabil.
3. People : Menjadi perusahaan yang mampu memberikan kesejahteraan untuk seluruh karyawan dan berdampak positif bagi sosial.



- Misi & Tujuan :

1. Product : Menjadi preferensi utama digital agency dengan servis, inovasi, ide, dan eksekusi standart agency multinasional, dengan harga lokal.
 - menciptakan inovasi, ide - ide kreatif, dan strategi yang solutif bagi bisnis klien, dengan kualitas standard award winning.
 - Fokus pada ketercapaian KPI dan ROI yang telah ditetapkan bersama klien.
 - Membangun sistem produksi yang efektif dan efisien, serta memperketat QC.
 - Menjalankan strategi promosi untuk meningkatkan awareness & branding RWE.

- Memperluas network dan kolaborasi yang dapat berdampak positif pada bisnis RWE.
2. Profit : Menjadi perusahaan dengan kemampuan financial yang kuat dan stabil.
 - Menetapkan standart harga yang bersaing , dapat dipertanggungjawabkan, namun tetap menguntungkan bagi perusahaan.
 - Membuat sistem keuangan yang dapat meningkatkan efektifitas, efisiensi, dan keamanan finansial perusahaan.
 - Melakukan inovasi investasi bisnis.
 - Melakukan efisiensi dan pengetatan pengeluaran.
 - Melakukan optimalisasi unit bisnis.
 3. People : Menjadi perusahaan yang mampu memberikan kesejahteraan untuk seluruh karyawan dan berdampak positif bagi sosial.
 - Meningkatkan skill, kualitas, profesionalitas dan kepribadian seluruh karyawan dengan standar yang tinggi.
 - Membuat sistem recruitment yang ketat dan inovatif untuk mendapatkan SDM yang berkualitas dan attitude yang baik.
 - Menjadikan RWE sebagai kantor idaman : suasana kerja, fasilitas, kesejahteraan, dan program program SDM.
 - Menciptakan pemimpin - pemimpin yang handal dan berintegritas tinggi.
 - Berkontribusi bagi masyarakat melalui kegiatan- kegiatan sosial dan edukasi.

3.2 Struktur Organisasi

Job description untuk masing-masing divisi adalah :

1. *Chief Executive Officer* (CEO)

Tugas dari chief executive officer (CEO) di PT RWE Bhinda adalah merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis sesuai dengan visi misi perusahaan. CEO juga bertugas untuk mengambil keputusan strategis terkait keberlangsungan perusahaan dengan mempertimbangkan fakta tentang rekam jejak perusahaan faktor

lingkungan bisnis. Selain itu, CEO RWE Bhinda juga mengawasi operasional perusahaan untuk memastikan efisiensi dalam proses produksi dan pelayanan terhadap klien.

2. *Finance Director*

Tugas dari finance director di PT RWE Bhinda adalah mengatur seluruh aktivitas keuangan, melakukan transaksi keluar maupun dalam perusahaan, dan membuat laporan keuangan perusahaan. Divisi finance juga membuat dokumen kontrak dan perjanjian kerja karyawan serta juga melakukan evaluasi terhadap anggaran perusahaan secara rutin.

3. *Business & Strategic Director*

Tugas dari business & strategic director di PT RWE Bhinda adalah menjaga koordinasi antar divisi yang ada supaya saling bersinergi dalam meningkatkan performa pelayanan kepada klien. Jalur yang ada di bawah business & strategic director ini terbagi menjadi dua, yaitu client service dan strategic plan.

Bagian dari client service yaitu business development, business & strategic, project coordinator, report & monitoring. Business development bertugas menjalin relasi antar perusahaan dengan fokus B2B. Business & strategic memiliki tugas utama untuk menjadi penghubung antara biro iklan dengan klien, salah satu tugas dari business yaitu bertemu dengan klien secara langsung untuk berdiskusi mengenai perusahaan dan produknya, anggaran, dan tujuan periklanan. Project coordinator bertugas untuk mengkoordinir suatu project yang sedang dijalankan dengan melibatkan pihak lain (pihak ketiga) perusahaan. Report & monitoring bertugas untuk meninjau dan menganalisis tingkat efektivitas iklan digital berdasarkan strategi yang dijalankan.

Sedangkan bagian dari strategic plan yaitu strategic planner, digital media placement, social media strategist, social media officer. Strategic planner bertugas untuk mengembangkan strategi sebagai solusi dan permasalahan klien berdasarkan consumer insight dan data yang valid. Tim yang tergabung ke dalam divisi ini juga harus aktif mengikuti

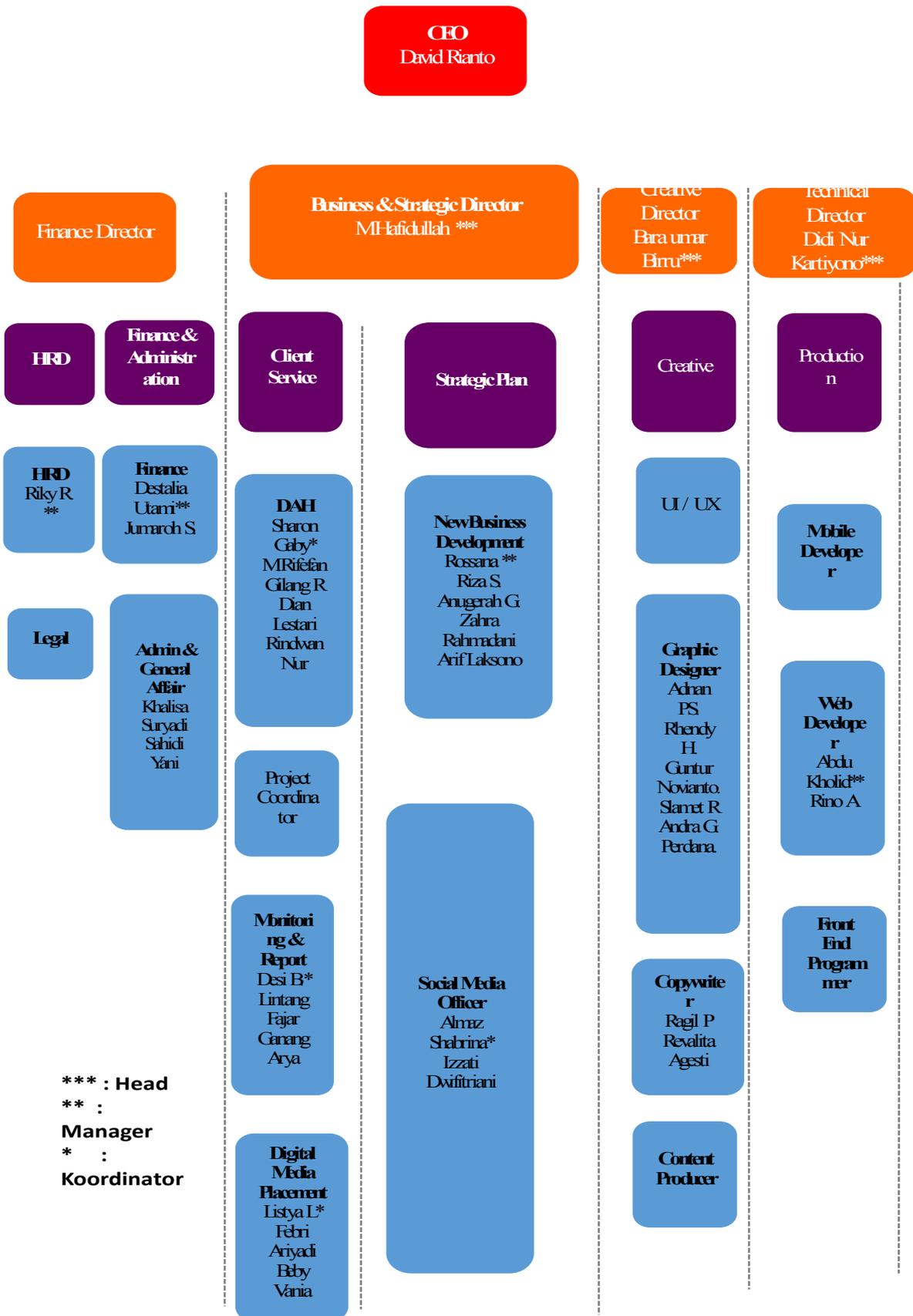
perkembangan teknologi dan tren di dunia digital agar menciptakan ide-ide periklanan yang out of the box. Digital media placement bertugas untuk mengatur penempatan media digital untuk beriklan. Social media strategist bertugas untuk mengatur strategi, pemetaan dan pilar-pilar konten. Social media officer bertugas untuk membuat konten yang sesuai dengan brand dan brief yang didapatkan.

4. *Creative Director*

Tugas dari creative director di PT RWE Bhinda adalah mengatur dan mengorganisir tim kreatif. Saat ini tim kreatif di PT RWE Bhinda dibagi menjadi dua, yaitu tim Alpha dan tim Beta. Divisi yang ada di bawah creative director, adalah UI/UX, desainer grafis, copywriter, konten produser, dan penulis. UI/UX bertugas untuk menciptakan aplikasi berdasarkan kategori antar muka (user interface) atau pengalaman (user experience). Desainer grafis bertugas untuk membuat visual konten, ilustrasi, visualisasi yang sesuai dengan brief. Copywriter bertugas untuk membuat copy visual ataupun naskah iklan untuk seluruh brand. Konten produser bertugas untuk membuat konten perusahaan yang kreatif. Penulis bertugas untuk membuat artikel yang dapat diupdate pada website RWE Bhinda.

5. *Technical Director*

Tugas dari technical director di PT RWE Bhina adalah mengatur sumber daya pada pengerjaan suatu proyek periklanan secara teknis sekaligus memastikan seluruh fasilitas dengan sumber daya manusia siap digunakan dan terkoordinasi dengan baik dalam pengerjaan website dan aplikasi. Divisi yang bergabung dalam technical director yaitu: production, mobile developer, web developer, dan front end programmer. Divisi production bertugas untuk produksi platform digital untuk beriklan. Divisi ini terdiri dari mobile developer (menciptakan aplikasi untuk ponsel), web developer (membuat situs), dan front end programmer (berfokus pada pembuatan layout dan tampilan pada situs).



3.3 Obyek Praktik Yang Di Lakukan

Peran saya di RWE adalah sebagai Camera Person / Kameramen. Kameramen atau camera person yaitu seseorang yang mengambil suatu gambar dengan cara menggunakan kamera, seorang camera person handal harus mengetahui angle foto/video yang bagus agar kualitas yang diambil dapat terlihat jelas dan tidak blur, camera person harus mengetahui pencahayaan yang bagus, arah mana yang cocok untuk dishoot, juru kamera dapat bertanggung jawab dalam seluruh pengambilan adegan dari awal hingga akhir. camera person juga akan bekerjasama dengan sutradara, penata fotografi (DOP), aktor dan kru untuk membuat suatu keputusan teknis yang kreatif. seorang juru kamera harus benar benar ahli dalam pengambilan suatu video, film dll. dalam membuat talkshow dan berita, seorang kameramen harus memiliki pengetahuan teknis untuk mengambil gambar dan harus memberikan pesan yang jelas untuk tiap shoot yang diambil.

peran camera person/kameramen di dalam produksi talkshow RWE sangatlah penting karna membutuhkan kemampuan khusus untuk mengambil shoot dengan sudut yang bagus, dan pencahayaan. peran saya di RWE juga mengatur sedemikian rupa tampilan apapun (artistik, lighting) yang memasuki frame monitor kamera yang saya lihat agar apapun yang di rekam menjadi layak untuk di tonton (rapih, tidak over/underexposure). saya mengalami sedikit kesulitan saat merekam sebagian adegan outdoor yang di shoot dengan motor, sangat sulit untuk mendapatkan efek shaky yang halus, sampai harus take beberapa kali untuk mendapatkan hasil sebagus mungkin.

Selain menjadi seorang Camera Person, saya juga ditugaskan untuk memimpin produksi talkshow yang membahas topik tentang Programmer yang mereka buat, dan mengatur masalah teknis lainnya (lighting, audio)

Tugas yang saya lakukan saat menjadi director/memimpin produksi, saya membuat jadwal timeline produksi yang telah disetujui oleh semua crew produksi.

Jasa Layanan yang dikerjakan RWE Bhinda.

RWE melayani segala kebutuhan klien yang berkaitan dengan pemasaran digital. Bentuk dari pemasaran digital yang menjadi cakupan layanan RWE Bhinda yaitu: strategi pemasaran online, desain kampanye digital, manajemen media sosial, pendengaran kebutuhan media sosial, pengarahannya kampanye penjualan, analisa data, riset pelanggan, dan generator / penggerak ide.

RWE Bhinda juga melayani berbagai macam kebutuhan produksi kreatif, diantaranya: brand identity, manajemen konten, produksi video, produksi infografis, produksi komik, dan desain butik

Banyak bekerjasama dengan instansi pemerintahan, RWE Bhinda juga melayani penanganan e-government yang mencakup: strategi komunikasi, laporan dan keluhan sistem, krisis manajemen, dan kampanye citra perusahaan.

Sebagai biro iklan yang berbasis digital, tentunya RWE melayani jasa pengembangan teknologi, seperti desain UI/UX, pengembangan website, pengelolaan website, pengembangan aplikasi, dan kustom sistem aplikasi.

Apabila membutuhkan media placement yang tepat untuk kebutuhan klien, RWE Bhinda menawarkan jasa seperti media penempatan beriklan, pemasangan iklan di media sosial dan google, buzzer / KOL manajemen, dan analisis pengukuran.

RWE Bhinda juga memiliki layanan workshop, seperti kelas pemasaran digital, kelas media sosial, kelas video production, dan kelas pemrograman.

RWE Bhinda adalah perusahaan yang bergerak di bidang digital advertising dan marketing. RWE Bhinda menawarkan jasa periklanan dan konsultan bagi perusahaan-perusahaan di dalam maupun luar negeri yang ingin melebarkan aktivitas komunikasi pemasarannya. Adapun layanan yang dimiliki oleh PT RWE Bhinda, sebagai berikut :

Workshop

- *Digital Marketing Class* : Belajar untuk menarik, melibatkan, dan menyenangkan pelanggan online.
- *Video Production Class* : Belajar cara mengintegrasikan pesan ke berbagai konten video.
- *Social Media Class* : Belajar bagaimana media sosial dapat merevitalisasi bisnis dengan membangun strategi yang sesuai dengan bisnis yang dilakukan.

- *Programming Class* : Pelajari cara membuat kode atau membuat situs web dari awal.

Media Placement

- *Digital Media Buying* : Adopsi platform, perangkat, dan penerbit baru sehingga pesan Anda kepada audiens akan langsung tercapai dan efektif.

- *Google Ads* : Membuat Google AdSense yang menarik untuk melibatkan lebih banyak penonton.

- *Measurement Analysis* : Membangun fondasi yang kuat untuk setiap proses pengambilan keputusan berbasis data dengan membuat analisis pengukuran yang terencana dengan baik.

- *Social Media Ads* : Memaksimalkan Anda dengan menempatkan iklan di media sosial.

- *Buzzer/KOL Management* : Kelola semua pekerjaan dengan buzzer dan KOL sebagai salah satu faktor utama promosi merek.

Tech Dev

- *UI/UX Design* : Meningkatkan kepuasan pengguna dengan situs web dengan meningkatkan kegunaan, aksesibilitas, dan keunikannya.

- *Website Maintenance* : Membuat kode dan program yang memungkinkan fungsionalitas situs web.

- *Customize Apps System* : Sederhanakan proses di seluruh sistem dengan menyesuaikan aplikasi situs web.

- *Website Development* : Membuat dan kembangkan berbagai aplikasi seluler yang sesuai dengan kebutuhan.

- *Mobile Apps Development* : Pengembangan Aplikasi Seluler

E-Government

- *Communication Strategy* : Memberikan berbagai strategi untuk berkomunikasi dengan lebih baik di dunia digital.

- *Crisis Management* : Membantu melewati krisis dengan mengelolanya dengan berbagai strategi.

- *Complaint & Report System* : Mempersiapkan sistem yang paling untuk keluhan dan melaporkan masalah.

- *Image Building Campaign* : Meningkatkan citra merek Anda dengan menggunakan kampanye yang menarik.

Creative Product

- *Brand Identity* : Memberikan identitas unik pada merek Anda untuk membuatnya menonjol.

- *Video Production* : Membuat output multimedia untuk kebutuhan merek Anda.

- *Comics Production* : Memberikan output yang menyenangkan untuk kebutuhan merek Anda dengan membuat komik.

- *Content Management* : Membantu mengelola konten merek Anda di berbagai platform.

- *Infographic Production* : Membuat infografis sederhana namun bermanfaat untuk kebutuhan merek Anda.

Digital Marketing

- *Online marketing strategy* : Memaksimalkan strategi pemasaran online Anda untuk mendapatkan dampak yang baik pada merek Anda.

- *Social Media Management* : Mengelola platform media sosial merek Anda dan tingkatkan efektivitasnya.

- *Sales Lead Campaign* : Membuat bentuk pemasaran multi-level yang terintegrasi dan terfokus untuk ditemukan oleh orang-orang yang sudah terlibat dalam industri Anda.

- *Customer Research* : Melakukan penelitian yang sesuai untuk kebutuhan merek Anda.

- *Digital Campaign Design* : Memanfaatkan sepenuhnya teknologi digital dengan membangun kredibilitas untuk audiens merek Anda.

- *Social Media Hearing* : Membuat bentuk pemasaran multi-level yang terintegrasi dan terfokus untuk ditemukan oleh orang-orang yang sudah terlibat dalam industri Anda.

- *Data Analysis* : Membantu Anda menganalisis berbagai dan banyak data untuk meningkatkan kinerja merek Anda.

- *Idea Generator* : Membantu Anda menghasilkan ide-ide signifikan untuk merek Anda saat Anda kehabisan ide.

Klien RWE

Klien yang ditangani oleh RWE Bhinda saat ini berasal dari berbagai perusahaan swasta dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sebagian besar klien menggunakan jasa biro iklan digital ini untuk mengelola media sosial (*social media handling*). Social media handling berfokus pada strategi periklanan digital (*digital campaign*). Adapun klien-klien yang saat ini sedang ditangani oleh RWE Bhinda adalah sebagai berikut :

1. Pertamina Corporation



Gambar 24. Pertamina

(Sumber : Google)

2. Pertamina Lubricants



Gambar 25. Pertamina Lubricants

(Sumber : Google)

3. Astra Motor Indonesia



Gambar 26. Astra Motor

(Sumber : Google)

4. Rumah Sakit “JIH”



Gambar 27. JIH
(Sumber : Google)

5. Karita



Gambar 28. Karita
(Sumber : Google)

6. Teman Bumil



Gambar 29. Teman Bumil
(Sumber : Google)

7. Angkasa Pura 1



Gambar 30. Angkasa Pura
(Sumber : Google)

8. Tri



Gambar 31. Tri
(Sumber : Google)

9. PT Semen Indonesia



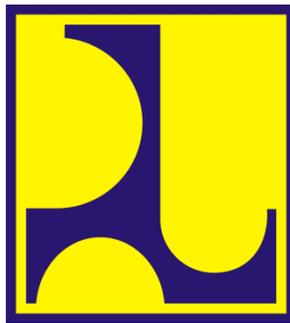
Gambar 32. Semen Indonesia
(Sumber : Google)

10. WWF



Gambar 33. WWF
(Sumber : Google)

11. Kementrian PUPR



Gambar 34. Kementrian PUPR
(Sumber : Google)

12. STIKOM Yogyakarta



Gambar 35. Stikom
(Sumber : Google)

BAB IV

KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan

Peran saya di RWE adalah sebagai *Camera Person* / Kameramen. Kameramen atau *camera person* yaitu seseorang yang mengambil suatu gambar dengan cara menggunakan kamera, seorang camera person handal harus mengetahui *angle* foto/video yang bagus agar kualitas yang diambil dapat terlihat jelas dan tidak blur, camera person harus mengetahui pencahayaan yang bagus, arah mana yang cocok untuk dishoot, juru kamera dapat bertanggung jawab dalam seluruh pengambilan adegan dari awal hingga akhir. camera person juga akan bekerjasama dengan sutradara, penata fotografi (*DOP*), aktor dan kru untuk membuat suatu keputusan teknis yang kreatif. seorang juru kamera harus benar benar ahli dalam pengambilan suatu video, film dll. dalam membuat *talkshow* dan berita, seorang kameramen harus memiliki pengetahuan teknis untuk mengambil gambar dan harus memberikan pesan yang jelas untuk tiap shoot yang diambil.

peran camera person/kameramen di dalam produksi talkshow RWE sangatlah penting karna membutuhkan kemampuan khusus untuk mengambil shoot dengan sudut yang bagus, dan pencahayaan. peran saya di RWE juga mengatur sedemikian rupa tampilan apapun (*artistik, lighting*) yang memasuki frame monitor kamera yang saya lihat agar apapun yang di rekam menjadi layak untuk di tonton (*rapih, tidak over/underexposure*). saya mengalami sedikit kesulitan saat merekam sebagian adegan *outdoor* yang di shoot dengan motor, sangat sulit untuk mendapatkan efek *shaky* yang halus, sampai harus take beberapa kali untuk mendapatkan hasil sebagus mungkin.

Selain menjadi seorang *Camera Person*, saya juga ditugaskan untuk memimpin produksi talkshow yang membahas topik tentang Programmer yang mereka buat, dan mengatur masalah teknis lainnya (*lighting, audio*)

Tugas yang saya lakukan saat menjadi *director*/memimpin produksi, saya membuat jadwal timeline produksi yang telah disetujui oleh semua crew produksi.

Bab ini akan memaparkan tentang berbagai kegiatan dan agenda harian yang dilakukan penulis selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT RWE Bhinda yang dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan, yaitu dari tanggal 18 maret 2019 sampai 29 Mei 2019. Kegiatan yang dilakukan penulis selama magang sesuai dengan tugas dari divisi *Content Creator* yang ada di PT RWE Bhinda. Dalam menjalankan tugas tersebut, penulis dibimbing oleh *Manager* divisi *Business Strategic* PT RWE Bhinda. Selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT RWE Bhinda, penulis diberikan *user ID* khusus untuk keperluan kantor dan untuk keperluan presensi setiap harinya.

Pada minggu awal selama magang, penulis diberikan edukasi mengenai perusahaan dan alur kerja pada biro iklan digital PT RWE Bhinda sekaligus beradaptasi dengan teman - teman kantor yang bekerja disana.

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) penulis diberikan beberapa tugas, diantaranya : membuat *timeline* produksi talk show, memimpin produksi talkshow, dan mengikuti *brainstorming*.

Kegiatan penulis selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) dipaparkan dalam rekap secara mingguan sebagai berikut :

1. Minggu pertama (18 - 25 Maret 2019)

RWE Bhinda menyambut dengan sangat ramah mahasiswa yang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan disana. di hari pertama, saya mengikuti *meeting* bersama anggota karyawan yang ikut serta mengerjakan konten talkshow dengan topik seorang programmer. Saya dipercaya oleh M. Hafidullah selaku ketua divisi *business & strategic director* untuk memimpin produksi talkshow yang akan dibuat. Disaat kami semua *brainstorming* saat memikirkan tentang konsep, lokasi, topik pembicaraan dan alat apa saja yang dibutuhkan saat produksi, M. Hafidullah selaku ketua divisi *business & strategic director* memberi arahan kepada saya dan karyawan lainnya untuk membuat konten mini talkshow tentang programmer. Saya diarahkan untuk memimpin produksi tersebut dan diberi bantuan oleh karyawan RWE selama masa produksi. Disaat meeting, salah satu dari karyawan

menyarankan konten talkshow yang di produksi membahas tentang *framework*. *Framework* atau bahasa indonesianya kerangka kerja adalah sebuah software untuk memudahkan para programmer membuat aplikasi atau web yang isinya adalah berbagai fungsi, plugin, dan konsep sehingga membentuk suatu sistem tertentu. Dengan menggunakan framework, sebuah aplikasi akan tersusun dan terstruktur dengan rapi.

Setelah topik pembicaraan talkshow disetujui, kami membuat kerangka produksi yang berisi tentang isi konten seperti *Bumper*, intro, topik utama, *host question*, dan *closing* atau penutup. Setelah kerangka selesai dibuat, saya memberi list alat produksi apa saja yang dibutuhkan seperti kamera, gimbal atau stabilizer, audio recorder beserta clip on, dan LED 300 sebanyak 3 buah untuk key light, fill light, dan kicker / backlight. Setelah list alat diperbolehkan untuk menyewa di tempat persewaan alat produksi, saya diperintahkan oleh M. Hafidullah untuk membuat timeline produksi diluar kantor untuk persiapan minggu selanjutnya.

2. Minggu kedua (25 Maret – 1 April 2019)

Pada minggu kedua, saya telah mengerjakan tugas untuk membuat *timeline* produksi .

Setelah *timeline* produksi disetujui oleh M. Hafidullah, penulis program kami mulai menulis naskah tentang produksi talkshow kami, dan saya selaku penulis membuat *shot list* untuk *guide* penempatan *angle* kamera yang akan saya gunakan disaat hari produksi. Saat semua persiapan produksi telah disiapkan, salah satu dari kami mulai *booking* peralatan produksi yang diperlukan seperti kamera sony a6000 dengan lensa kit 16-50, audio recorder h4n beserta clip on, dan 2 buah Led 300. Setelah semua alat sudah kami *booking*, saya dan anggota lainnya tinggal menunggu hari produksi dilakukan.

3. Minggu ketiga (1 - 8 April 2019)

Pada minggu ketiga ini, kami memulai produksi program *mini talkshow* yang telah kami rencanakan pada minggu-minggu sebelumnya. Disaat hari produksi, saya dan teman-teman lainnya mempersiapkan ruang pantry kantor untuk dibuat serapih mungkin. Sementara itu, saya mempersiapkan alat-alat seperti set LED untuk lighting, memasang clip on pada host dan narasumber dan setting audio recorder, serta menyiapkan ke 2 kamera yang akan saya gunakan disaat produksi. Saya menggunakan kamera canon 6D dan sony a6000, saya mengatur kamera dengan setting yang sama seperti *aperture,shutterspeed* yang sama dan iso yang menyesuaikan kondisi pencahayaan. Dikarenakan kami melakukan take dengan 1 shoot untuk bagian talkshow (tidak *cut to cut*), kami melakukan beberapa latihan/ *rehearsal*.

Sebelum kami take, kami memulai tahapan-tahapan dari latihan diantaranya :

- *Read Through*(latihan awal)
- *Walk Through* (latihan membaca naskah)
- *Camera blocking*

Disaat kami take, ada beberapa kendala yang kami alami. Yaitu host yang ada di talkshow kami mengalami kesulitan saat menghafalkan naskah (daftar pertanyaan) . setelah beberapa kali take, *host & narasumber* kami berhasil melakukannya dengan lancar.



Gambar 36. Produksi Talkshow RWE

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

4. Minggu keempat (8 – 15 April 2019)

Pada minggu ini, kami mulai mempersiapkan untuk produksi bagian scene tentang kehidupan sehari-hari seorang programmer. Saya dan crew lainnya mulai mempersiapkan alat-alat perlengkapan untuk dibawa ke kost seorang karyawan RWE untuk shooting scene tentang kehidupan sehari-hari seorang programmer.

Setelah sampai lokasi, saya mempersiapkan alat alat yang dibutuhkan seperti kamera dan led. Setelah persiapan set selesai, saya mulai mengarahkan *cast* untuk beberapa adegan seperti bangun tidur, persiapan sebelum datang ke kantor, dan lain-lain. Take untuk scene ini terbilang cukup cepat karna shoot yang saya ambil cukup sederhana. Kami melanjutkan untuk take disaat *cast* melakukan perjalanan dari kost ke kantor. Pada scene ini, saya mengalami beberapa kesulitan disaat mengambil gambar karna saya menggunakan lensa dengan *focal length* 50mm di jalanan yang terjal. Hasilnya terdapat beberapa efek *shaky* pada gambar yang saya ambil.

Setelah scene perjalanan selesai, saya melanjutkan scene disaat *cast* sampai di kantor dan berjalan menuju ruangan. Pada scene ini, saat proses shoot berlangsung tidak ada halangan apapun karna ruang yang kami gunakan sudah cukup pencahayaan dan akses yang mudah dituju. Shoot pada scene kantor menceritakan tentang pekerjaan dan kegiatan seorang programmer di kantor tersebut seperti menulis code,

istirahat dan berbincang di *pantry* kantor, dan disaat kembali ke meja kerja.

Pada scene ini terdapat beberapa kesulitan yang saya alami seperti shoot saat perjalanan seorang programmer, tapi setelah itu tidak ada kesulitan & halangan apapun yang kami alami disaat pengambilan shoot lainnya.

5. Minggu kelima (15 – 22 April 2019)

Setelah take terakhir dilakukan, kami berencana untuk melakukan evaluasi produksi talkshow yang kami lakukan di minggu-minggu sebelumnya.

Dalam mengadakan sebuah proses evaluasi, terdapat beberapa hal yang akan dibahas yaitu apa yang menjadi bahan evaluasi, bagaimana proses evaluasi, kapan evaluasi diadakan, mengapa perlu diadakan evaluasi, di mana proses evaluasi diadakan, dan pihak yang mengadakan evaluasi. Hal yang perlu dilakukan evaluasi tersebut adalah narasumber yang ada, efektivitas waktu atau cara produksi yang dilakukan, pemilihan media yang tepat dan pengambilan keputusan anggaran dalam mengadakan produksi program. Evaluasi tersebut perlu diadakan dengan tujuan untuk menghindari kesalahan perhitungan pembiayaan, memilih strategi terbaik dari berbagai alternatif strategis yang ada, meningkatkan efisiensi secara general, dan melihat apakah tujuan sudah tercapai.

Secara garis besar, proses evaluasi terbagi menjadi di awal (pretest) dan diakhir (posttest). Pretest merupakan sebuah evaluasi yang diadakan untuk menguji konsep dan eksekusi yang direncanakan. Sedangkan, posttest merupakan evaluasi yang diadakan untuk melihat tercapainya tujuan dan dijadikan sebagai masukan untuk analisis situasi berikutnya.

Di proses evaluasi, kami membicarakan tentang bagaimana proses produksi dilakukan, halangan apa saja yang dihadapi, kesulitan apa yang di lalui, dan *goals* apa yang telah kami (tim produksi) capai. Secara keseluruhan, proses produksi yang kami lakukan berjalan lancar dengan adanya sedikit halangan atau gangguan di karenakan medan yang sulit di tempuh dan alat yang kurang memadai.

6. Minggu keenam (22 – 29 April 2019)

Di minggu keenam, team kami melakukan take audio voice over untuk scene kehidupan seorang programmer sehari-hari.

Berikut metode yang kami lakukan untuk proses recording voice over :

1. Pembuatan naskah

Proses mixing yang merupakan menggabungkan berbagai suara tersebut akan digunakan untuk tujuan tertentu (Iklan Layanan Masyarakat, Berita, Jingle dan sebagainya). Karena itu sangatlah penting untuk membuat perencanaan tentang apa yang ingin dibuat atau dihasilkan sekaligus pembuatan naskah sebagai pedoman dalam proses ini, sehingga hasil akhir yang diharapkan dapat sesuai dengan yang diharapkan.

2. Persiapan

Sebelum melakukan proses pengambilan suara atau rekaman, perlu diperhatikan maksud atau tujuan dari pengambilan suara tersebut, apakah nantinya akan digunakan untuk film, program tv, iklan dan sebagainya. Selain itu dalam tahap persiapan ini juga harus dipersiapkan alat yang nantinya akan digunakan untuk proses pengambilan suara seperti audio recorder, memori card dan mic.

3. Melakukan Take Voice

Setelah persiapan dianggap cukup dan segala kebutuhan atau keperluan untuk melaksanakan pengambilan suara telah disiapkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengambilan suara. Langkah ini sering disebut dengan pengambilan suara. Baik suara manusia maupun suara dari alat musik dan sebagainya.

4. Loading (pemindahan hasil rekaman ke komputer)

Setelah proses pengambilan suara selesai dilakukan, maka proses selanjutnya adalah proses untuk memindahkan suara dari media rekam audio recorder ke dalam computer. Tetapi bila hasil rekaman langsung dilakukan di computer, maka proses loading tidak perlu dilakukan lagi.

5. Editing/ Pengeditan suara.

Setelah proses pemindahan suara selesai dilakukan di dalam computer, maka langkah selanjutnya yang kita lakukan adalah pengeditan suara tersebut. Dalam proses pengeditan, kita dapat memperbaiki kualitas dan isi suara, misalnya menghilangkan gangguan suara (noise) memanipulasi suara, misalnya suara laki-laki menjadi suara perempuan dan sebagainya.

6. Mastering/ pembuatan master suara

Proses mastering adalah melakukan pembuatan master suara yang telah selesai melalui proses editing, hasil akhir dari proses ini

menghasilkan produk suara yang dapat dikatakan sudah layak siar.

7. Minggu ketujuh (29 April – 6 Mei 2019)

Pada minggu ini, kami semua telah mempunyai bahan-bahan (file) lengkap untuk masuk ke tahap editing. Tahap editing dilakukan oleh salah satu team produksi kami.

Saya juga banyak memberi saran kepada editor kami disaat proses editing, seperti menyunting video yang pas, colour correction, colour grading, dan lain lain.

Berikut ini langkah langkah proses editing yang kami lakukan:

1. Logging

Mencatat dan memilih gambar yang kita pilih berdasarkan time code yang ada dalam masing-masing kaset berdasarkan script continuity report (catatan time code)

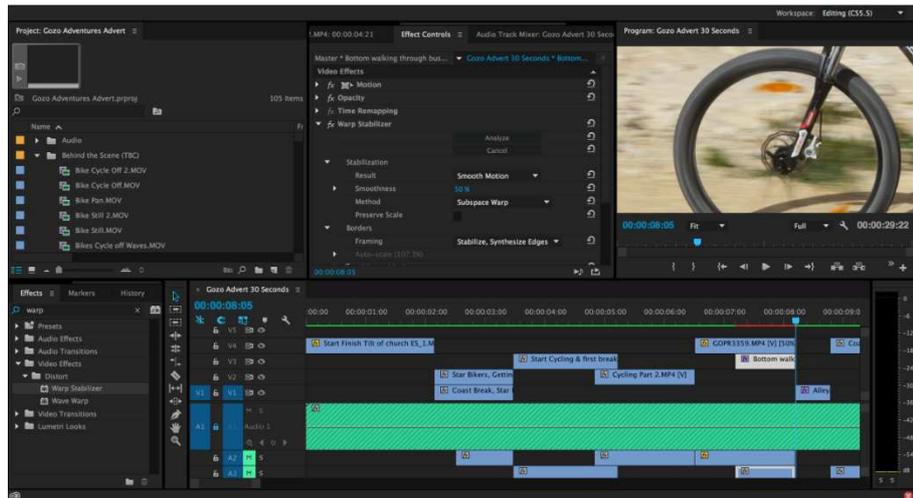
2. Capturing

Proses pemilihan (transfer) gambar yang terdapat dalam memori card kedalam komputer.

3. Offline Editing

Proses pemilihan (selection) dan penyusunan shot sesuai dengan susunan skenario tanpa menerapkan efek-efek tertentu. Proses Hard Cutting pemotongan klip video yang digunakan untuk memilih video mana yang layak untuk di potong dan digunakan untuk di edit yang bersifat umum. Video yang sudah dipotong secara benar dalam proses ini harus dipisahkan dan dipindah ke track berikutnya untuk menghindari tercampurnya klip yang salah dan benar.

Proses Soft Cutting pemotongan clip berikutnya yang lebih halus dan bersifat khusus. Clip yang sudah dipotong tersebut ditempatkan sendiri ke track berikutnya untuk menghindari tercampurnya klip dari proses pemotongan hard cutting.

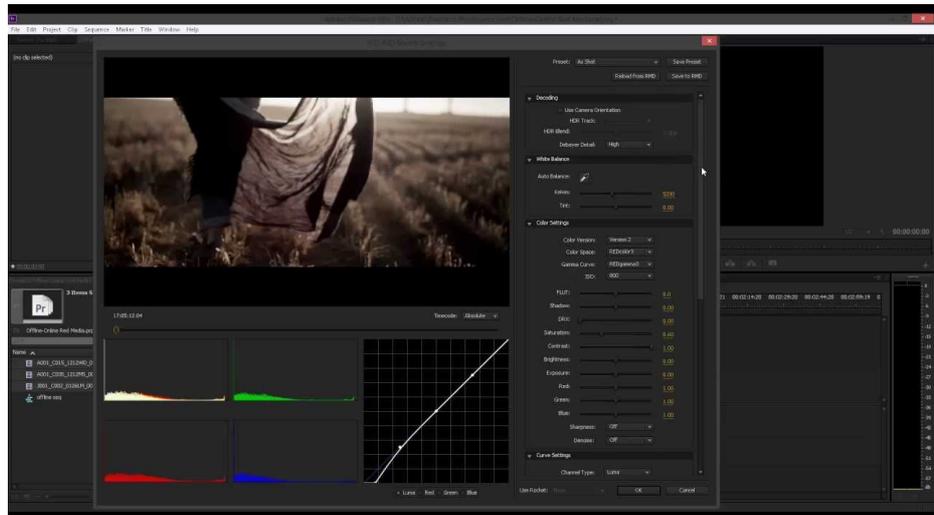


Gambar 37. Offline Editing

(sumber <https://williamgladstone.files.wordpress.com/2015/03/screen-shot-2015-04-07-at-04-10-55.png>)

4. Online Editing

Proses penambahan efek-efek tertentu seperti efek transisi, efek warna, efek gerak, caption, dan efek-efek lainnya sesuai dengan kebutuhan cerita.

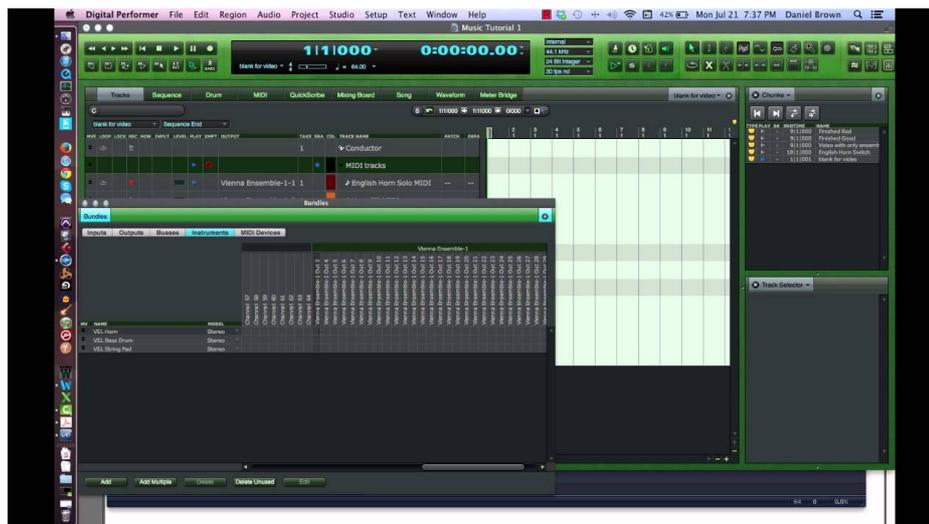


Gambar 38. Online Editing

(sumber <https://i.ytimg.com/vi/GE8rZz5GIW8/maxresdefault.jpg>)

5. Sound Scoring

Proses pemilihan materi audio seperti ilustrasi musik, atmosfer, dan sound effect sesuai dengan kebutuhan cerita.



Gambar 39. Audio Scoring

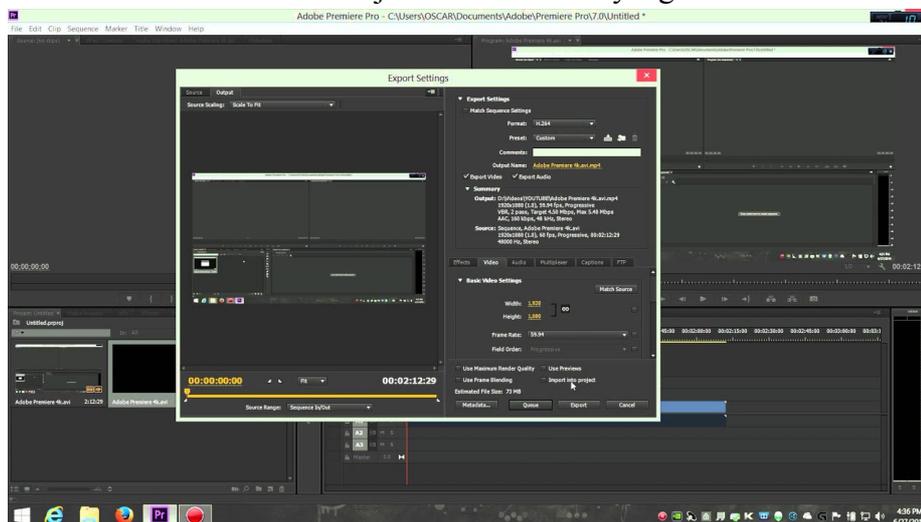
(sumber <https://i.ytimg.com/vi/ThBkusTiMUM/maxresdefault.jpg>)

6. Mixing

Proses pencampuran dan pengaturan materi audio mulai dari pengaturan level suara hingga pengaturan filler ilustrasi musik untuk menekankan kondisi emosi tertentu.

7. Rendering

Proses penyatuan seluruh format file yang ada dalam timeline menjadi satu kesatuan yang utuh.



Gambar 40. Rendering

(sumber: <https://i.ytimg.com/vi/2HAGJi3dHmo/maxresdefault.jpg>)

Adapun kegiatan penulis selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) disusun secara lebih terperinci dalam sebuah lembar harian (*logbook*) yang diberikan oleh PT RWE Bhinda:

Tabel 1. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

NO	TANGGAL	KEGIATAN	Note
1.	Selasa, 05 Maret 2019	1. Perkenalan 2. Interview dengan M.Hafidullah & Riky R 3. Pemberian tugas pertama untuk membuat konsep program talkshow yang akan di tayangkan di youtube	Interview
2.	Rabu, 06 Maret 2019	1. Membuat tugas untuk konsep program talkshow yang membahas tentang programmer	Tugas

3.	Senin, 18 Maret 2019	1. Meeting tentang kerangka program talkshow yang akan dibuat oleh RWE 2. Membentuk team produksi untuk masing – masing jobdesk yang dikerjakan	Meeting
4.	Selasa, 19 Maret 2019	1. Meeting untuk mencatat list peralatan produksi yang dibutuhkan	Meeting
5.	Senin, 25 Maret 2019	1. Membuat Timeline Produksi talkshow	Tugas

6.	Selasa, 26 Maret 2019	1. Membuat Shotlist untuk produksi talkshow 2. Mendiskusikan Shotlist dengan anggota team produksi yang lain	Tugas
7.	Rabu, 27 Maret 2019	1. Booking peralatan produksi yang dibutuhkan	Tugas
8.	Senin,01 April 2019	1. Mempersiapkan alat-alat produksi	Persiapan
9.	Selasa, 02 April 2019	1. Latihan awal 2. <i>Blocking</i> kamera 3. Take	Produksi
10.	Senin, 08 April 2019	1. Meeting bersama team produksi yang lain, mendiskusikan tentang lokasi shooting scene “kehidupan programmer”	Meeting

11.	Selasa, 09 April 2019	1. Booking Alat untuk produksi scene selanjutnya	Tugas
12.	Rabu, 10 April 2019	1. Produksi scene “kehidupan programmer” di kamar kos salah 1 karyawan RWE	Produksi
13.	Kamis, 11 April 2019	1. Produksi scene tentang pekerjaan programmer di kantor RWE	Poduksi
14.	Senin, 15 April 2019	1. Evaluasi bersama seluruh team produksi	Evaluasi
15.	Senin, 22 April 2019	1. Membuat naskah untuk voice over	Produksi

16.	Rabu, 24 April 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persiapan atau latihan sebelum take audio voice over dimulai 2. Memulai take voice over 3. Loading file audio ke komputer 	Produksi
17.	Kamis, 25 April 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses editing audio, menghilangkan beberapa noise di suara background 2. Leveling audio voice over & audio master 	Editing
18.	Selasa, 30 April 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu proses editing offline oleh editor 	Editing

19.	Rabu, 1 Mei 2019	1. Membantu proses editing online seperti penambahan efek-efek tertentu seperti efek transisi, efek warna	Editing
20.	Jumat, 3 Mei 2019	1. Proses Scoring Pemilihan materi audio seperti ilustrasi musik, atmosfir, dan sound effect sesuai dengan kebutuhan cerita. & Rendering file	Editing

4.2 Pembahasan

4.2.1 Program *Talkshow* RWE (Topik : Programmer)

Program *talkshow* yang di produksi RWE episode 1 merupakan program yang membahas tentang programmer. Di episode ini, RWE menampilkan talkshow dengan kesan informatif, inspiratif, dan menghibur. Dengan diperankan adegan kehidupan seorang programmer sehari-hari ketika bekerja agar penonton paham apa saja yang dikerjakan seorang programmer di kantor RWE. Pada scene selanjutnya RWE membuat konsep tanya-jawab secara santai dan ditampilkan dengan padat, sehingga penonton tetap bisa menyerap informasi yang disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti. Target penonton adalah programmer junior maupun senior atau dan orang awam yang tertarik pada bidang programming khususnya *framework*.



Gambar 41. Talkshow RWE

(Sumber : Screenshot Program yang di produksi oleh penulis)



Gambar 42. Talkshow RWE
(Sumber : Screenshot Program yang di produksi oleh penulis)



Gambar 43. Talkshow RWE
(Sumber : Screenshot Program yang di produksi oleh penulis)



Gambar 44. Talkshow RWE
(Sumber : Screenshot Program yang di produksi oleh penulis)



Gambar 45. Talkshow RWE
(Sumber : Screenshot Program yang di produksi oleh penulis)

***Camera Person* dalam produksi program**

Menjadi seorang *Camera Person* atau biasa disebut Kameramen dituntut untuk dapat mengambil gambar/video dengan komposisi yang bagus. Dalam menjalankan tugasnya, seorang *Camera Person* seringkali dihadapkan pada pilihan untuk mengambil shoot yang terbaik. Seorang *Camera Person* yang ideal dan baik, tentunya dapat memberikan kinerja yang bagus. Maka, diperlukan imajinasi dan logika yang baik untuk mengambil sebuah *shoot-shoot* yang diperlukan dan berisi informasi di setiap *shoot* yang diambil. Sebelum pekerjaan yang dilakukan, saya harus mengetahui terlebih

dahulu bagaimana alur kerja yang ada di PT RWE Bhinda. Hal ini dilakukan untuk memudahkan koordinasi dengan tim - tim yang lainnya. Adapun alur kerja (*workflow*) *content creator* yang ada di PT RWE Bhinda, yaitu :

a. *Pre Production Planning*

Proses ini merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang atau bisa juga disebut tahap perencanaan. Persiapan pra produksi yakni mempersiapkan tim di luar rim inti yang akan menunjang produksi, diantaranya mempersiapkan desain produksi. Desain produksi adalah sebuah rancangan yang dipersiapkan untuk memproduksi sebuah mata acara.

Tahapan pra produksi ini dimulai dari tahapan ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah untuk mengembangkan gagasannya.

Apabila penulis naskah sudah selesai dan naskah dinilai telah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan planning meeting dengan mengundang tim inti produksi yang terdiri dari pengarah acara, pengarah teknis, pengarah audio, penata cahaya, dan artistik.

Kemudian setelah itu masuk ke tahap perencanaan yang meliputi penetapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, lokasi, dan crew. Memasuki tahap persiapan yang meliputi pemberasan semua kontrak, perizinan, dan surat menyurat.

Kunci keberhasilan produksi program acara televisi sangat ditentukan oleh keberhasilan pada tahap perencanaan dan persiapan. Pekerjaan saya pada tahap ini adalah membuat shootlist dan membuat timeline produksi

b. *Setup and Rehearsal*

Setup merupakan tahapan persiapan yang bersifat teknis. Mulai dari merencanakan denah dekorasi, mengatur sub kontrol sampai peralatan studio dan tata suara.

Reherseal merupakan tahap latihan yang diperlukan oleh kepentingan artis atau performer. Latihan ini dipimpin oleh pengarah acara dan selama latihan pengarah acara memberikan arahan berupa bagaimana membawakan acara yang benar, membawakan peran dengan baik, teknik vocal, teknik acting serta blocking. Tahapan-tahapan dari latihan diantaranya :

-*Read Through*(latihan awal)

-*Walk Through* (latihan membaca naskah)

- Blocking* (tata dekorasi)
- Dry rehearsal* (latihan kering)
- Camera blocking*

c. Production

Production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk auditif bagi radio dan visual bagi televisi. Pada tahap ini juga merupakan tahapan pelaksanaan produksi dan pengarah acara bertugas sebagai penanggung jawab pelaksanaannya.

d. Post Production

Tahapan terakhir dalam proses produksi adalah post production, dimaksudkan sebagai tahap penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari suatu produksi dari bahan yang berupa pita auditif maupun pita audio visual. Tahap dari post production meliputi :

- Melakukan editing audio&visual.
- Pengisian grafis pemangku gelar.
- Pengisi narasi.
- Pembuatan efek khusus.
- Melakukan evaluasi terhadap hasil akhir dari produksi.

d. Pasca Produksi

Setelah melewati tiga tahap sebelumnya, sekarang saatnya masuk ke tahap pasca produksi. Pada tahap ini materi yang sudah diambil masuk ke tahap *editing*, terdapat beberapa aktivitas seperti pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara dan musik latar, hingga penambahan animasi.

Semua tahap *editing* dilakukan di kantor RWE Bhinda. Proses *editing* sampai dinyatakan video layak untuk ditayangkan membutuhkan beberapakali perbaikan. Editor membuat *rough cut* kemudian dipertontonkan kepada team produksi, jika ada beberapa hal yang harus diperbaiki maka editor akan melakukan perbaikan pada *rough cut* tersebut, kemudian editor membuat *fine cut* yang kembali dipertontonkan kepada team produksi dan *creative director* jika ada perbaikan editor akan melakukan perbaikan sehingga dapat mencapai hasil *final*.

Konsep kerangka program talkshow yang membahas tentang

programmer di buat seperti :

Konsep Talkshow Programmer

- Membuat intro & bumper animasi khas channel
- Penjelasan singkat tentang programming
- Menampilkan kegiatan sehari-hari kegiatan seorang programmer (<https://www.youtube.com/watch?v=yUegdy0wNnI>)
- Pengenalan host & narasumber secara santai
- Pengenalan & diskusi ringan tentang bahasa pemrograman seperti C language, Java, Python, JavaScript
- Programmer memberi contoh program yg dibuat untuk menguntungkan klien (perusahaan besar/pengusaha kecil) untuk mencatat penjualan, mengumpulkan data barang yg keluar & masuk, mencatat keuntungan/hari atau / bulan
- Programmer memberi contoh script yg dibuat
- Menampilkan sedikit scene sinematik tentang materi
- Q&A tentang Programming
- Tips & trick dari programmer
- Penutupan & reminder untuk audience untuk subscribe channel agar audience bisa memantau informasi ter-update mengenai keuntungan programmer di bidang digital marketing yang channel tawarkan

Berikut Shootlist produksi yang digunakan

Camera Shot List

Production Title: RWE

Director:

Locations:

<i>Shot #</i>	<i>Take #</i>	<i>Shot Size</i>	<i>Movement</i>	<i>Lensa</i>	<i>Location</i>
1	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Ruang Tengah
2	1	<i>Medium Shoot</i>	<i>Stil</i>	<i>Kit</i>	Ruang Tengah
1	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Slide</i>	<i>Kit</i>	Kamar Kholid
2	1	<i>Medium Shoot</i>	<i>Panning</i>	<i>Kit</i>	Kamar Kholid
3	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Panning</i>	<i>Kit</i>	Kosan
4	1	<i>Close Up</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	luar kosan
5	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Follow</i>	<i>Kit</i>	Jalan
6	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Depan kantor
7	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Panning</i>	<i>Kit</i>	Depan kantor
8	1	<i>Long Shoot</i>	<i>Panning</i>	<i>Kit</i>	Kantor

9	1	<i>Medium Shoot</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Kantor
10	1	<i>Medium Shoot</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Kantor
11	1	<i>Medium Shoot</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Kantor
12	1	<i>Close Up</i>	<i>Still</i>	<i>Kit</i>	Kantor

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kegiatan praktik kerja lapangan (PKL) yang dilakukan selama kurang dari 2 bulan ini seperti yang sudah dijelaskan di BAB sebelumnya, telah selesai dilaksanakan dan banyak ilmu yang didapatkan khususnya dalam bidang *camera person* atau kameramen. Kegiatan praktik kerja lapangan (PKL) ini dilakukan setiap hari senin sampai jumat dengan jadwal yang sangat fleksibel, dimana saya melakukan pekerjaan PKL tidak diwajibkan masuk ke kantor setiap hari, melainkan masuk seperlunya selama kegiatan produksi berlangsung.

Sistem praktik kerja lapangan (PKL) di RWE Bhinda sangat membantu mahasiswa PKL untuk tahu dan mendapatkan ilmu lebih mengenai divisi yang diambil atau ilmu lain seputar *digital marketing & business*.

Dalam produksi program mini talkshow ini penulis mendapatkan pembelajaran yang lebih banyak tentang kinerja seorang *Camera Person* atau Kameramen, berdasarkan uraian-uraian dari BAB sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Peran seorang *Camera Person* sangat penting dalam sebuah produksi

2. Seorang *Camera Person* yang baik harus memahami tentang banyak hal seperti
 - Mengoperasikan kamera untuk Shooting, baik di dalam maupun di luar studio.
 - Mengikuti instruksi director/pengarah acara untuk memperoleh gambar sesuai script.
 - Memberikan saran ke Director untuk pengambilan gambar terbaik.
 - Bertanggung jawab untuk pemeliharaan kamera agar tetap siap operasi.
 - Bertanggung jawab terhadap kualitas gambar, komposisi dan lensa.
 - Memahami framing kamera
 - Memahami *exposure setting* pada kamera
 - Mengetahui ukuran shoot
 - Memahami jenis-jenis shoot

3. Seorang *Camera Person* dituntut memiliki kreatifitas yang tinggi karna *Camera Person* harus mengetahui sudut-sudut dan jenis shoot yang bagus untuk diambil.
4. *Camera Person* harus bisa mengambil gambar yang informatif, seperti mengambil 1 *shoot* dengan 1 informasi
5. Seorang *Camera Person* harus memahami kegunaan semua *setting* pada kamera yang digunakan, seperti *shutter speed* untuk motion blur, *aperture* untuk mengubah diafragma kamera dan efek *bokeh*, *ISO* untuk mengatur sensitifitas cahaya yang masuk ke dalam sensor, dan lain-lain.

5.2 Saran

Sebuah program yang diproduksi, dihasilkan dari kerja sama team yang baik, maka dari itu dibutuhkan kerja sama yang baik, kekompakan, kedisiplinan dan kepercayaan dari masing masing individu yang terlibat. Sebagai seorang *Camera Person*, diharapkan mampu mengatasi hal-hal yang berkaitan dengan masalah teknis maupun non teknis untuk menjadikan hasil yang diambil menjadi bagus dan layak untuk disiarkan. Karna kinerja dan kemampuan terbaik akan membuat hasil yang baik.

Dari pengalaman yang diperoleh dalam proses produksi *Talkshow RWE*, penulis mempunyai beberapa saran untuk menjadi seorang *Camera Person* yang baik, antara lain :

1. Harus memahami masalah teknis tentang penggunaan kamera dan pencahayaan yang bagus
2. Memperbanyak ref erensi shot-shot yang diambil dengan baik dan informatif, setiap shot harus memberikan informasi yang bisa dipahami oleh penonton
3. Bisa bertanggung jawab terhadap kualitas gambar yang diambil
4. Bisa membaca shotlist dengan baik, shotlist yang telah ditulis oleh DOP tidak boleh dikurangi, ditambah, dan diubah tanpa sepengetahuan DOP
5. Memahami perbedaan setiap karakter lensa-lensa yang digunakan

5.2.1 Saran Pihak Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia (STIKOM Yogyakarta)

1. Sebagai sekolah film, seharusnya STIKOM menyediakan SEMUA FASILITAS & PERALATAN untuk produksi film, bukan hanya studio TV yang tidak digunakan oleh mahasiswa/i jurusan film. Agar ketika mahasiswa/i mendapatkan tugas produksi secara profesional, mahasiswa/i tidak perlu mengeluarkan biaya berlebih untuk mengerjakan tugas dari dosen.
2. Bekerjasama dengan *production house* atau instansi agar mahasiswa yang akan melakukan Praktik Kerja Lapangan lebih mudah mendapatkan tempat magang tanpa harus mencari sendiri.
3. Seharusnya pihak kampus memberikan Praktik Kerja Lapangan dan Karya Kreatif tanpa harus memilih salah satu, sehingga mahasiswa mendapatkan pengalaman keduanya dan mahasiswa dapat mengetahui dunia produksi secara profesional.
4. Ketika melakukan praktik langsung atau membuat karya untuk tugas, sebaiknya mahasiswa didampingi oleh dosen pengampu mata kuliah agar dosen mengetahui kendala apa saja yang dialami mahasiswanya dan mahasiswa mendapat pembelajaran.
5. Memperbarui sistem KRS, dan pengecekan nilai melalui online agar memudahkan mahasiswa jika sedang tidak berada di kampus.

5.2.2 Saran Pihak RWE Bhinda

1. Memberikan pekerjaan tambahan kepada mahasiswa magang, karna tujuan awal magang selain persyaratan dari kampus, mahasiswa/i juga membutuhkan ilmu-ilmu yang RWE Bhinda.

2. Memberikan pengenalan atau dasar-dasar pekerjaan apa yang RWE Bhinda kerjakan, sehingga mahasiswa/i ketika selesai magang juga mendapatkan ilmu lebih dari RWE.
3. Mempersiapkan daftar dan jadwal pekerjaan untuk mahasiswa/i magang, sehingga mahasiswa/i yang magang bisa mengerjakan pekerjaan dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Brata Vincent Bayu Tapa (2007) Videografi Dan Sinematografi Praktis. Jakarta : PT. Elix Media Komputindo
- Latief Rusman dan Utud Yusiatie (2015). Siaran Televisi Non-Drama. Jakarta : Kencana, Prenada Media
- Morissan (2008). Management Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi, Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Permadi Indrajaya, Doddy, M.Si (2011). Buku Pintar Televisi. Bandung : Ghalia Indonesia.
- Subroto, Darwanto Sastro, 1994, Produksi Acara Televisi, Yogyakarta:Duta Wacana University Pers.
- Semedhi Bambang (2011). Sinematografi-Videogravi. Bogor : Gafia Media
- Yusanto Freddy (2017). Multicamera : Produksi Program Televisi. Yogyakarta : Depublish

DAFTAR REFERENSI

<http://rwe.co.id/>

<https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-massa-di-indonesia>

<https://pakarkomunikasi.com/jenis-program-televisi>

<https://www.kompasiana.com/1103/54f88619a3331148098b45b8/sejarah-internet-dan-perkembangan-media-online-di-indonesia>

<https://www.foldertekno.com/jenis-kamera-digital/>

<https://tumpi.id/14-tipe-shot-dalam-pengambilan-gambar-film/>

LAMPIRAN